

دور الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية فى تنمية وعي الجمهور

المصرى بالمواطنة البيئية ومخاطر التغيرات المناخية

دراسة فى ضوء مدخل التهديدات المجتمعية

د/ أمل السعيد محمد عقدة

مدرس بقسم الإعلام التربوى

كلية التربية النوعية - جامعة طنطا

المستخلص:

هدف البحث إلى التعرف على دور الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية فى تنمية وعي الجمهور المصرى بالمواطنة البيئية ومخاطر التغيرات المناخية، وذلك من خلال، التعرف على حجم تعرض الجمهور للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية، التعرف على درجة إدراك الجمهور المصرى لمخاطر التغيرات المناخية نتيجة التعرض للحملات الإعلامية للتغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية، ومدى ثقة الجمهور بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية كمصدر للمعلومات حول التغيرات المناخية، وتنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفى إطارها استخدمت الباحثة منهج المسح بالعينة، واستخدمت فى ذلك الاستبيان كأداة لجمع البيانات المطلوبة، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (٦٢٦) مفردة من الجمهور المصرى من خلال التطبيق الإلكتروني لاستمارة الاستبيان عبر موقع جوجل درايف، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطيه موجبة وذات دلالة إحصائية بين مستوى تعرض المبحوثين للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية ودرجة الوعى بمخاطر التغيرات المناخية، و أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطيه موجبة وذات دلالة إحصائية بين مستوى تعرض المبحوثين للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية ودرجة المواطنة البيئية لديهم، وتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للحملات الإعلامية للتغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية المصرية تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموجرافية.

الكلمات المفتاحية: الحملات الاعلاميه، الوعي، التغيرات المناخيه، المواطنه البيئية.

The role of climate media campaigns on satellite channels in raising Egyptian public awareness of environmental citizenship and the risks of climate change. A study based on the societal threats approach**Abstract:**

The aim of the research was to identify the role of media campaigns on climate issues via satellite channels in developing the Egyptian public's awareness of environmental citizenship and the risks of climate change, through identifying the extent of the public's exposure to media campaigns on climate issues via Egyptian satellite channels, identifying the degree of awareness of the Egyptian public of the risks of climate change as a result of exposure to media campaigns on climate change via satellite channels, and the extent of the public's confidence in the honesty and objectivity of media campaigns on climate issues via Egyptian satellite channels as a source of information about climate change. This study belongs to descriptive studies, and within its framework, the researcher used the sample survey method, and used the questionnaire as a tool to collect the required data. The study was applied to a random sample of (626) individuals from the Egyptian public through the electronic application of the questionnaire form via the Google Drive website. The study concluded that there is a positive and statistically significant correlation between the level of exposure of the respondents to media campaigns on climate issues via Egyptian satellite channels and the level of awareness of the risks of climate change. The study proved the existence of a positive and statistically significant correlation between the level of exposure of the respondents to media campaigns on climate issues via Egyptian satellite channels and the level of awareness of the risks of climate change. For media campaigns on climate issues via Egyptian satellite channels and their degree of environmental citizenship, it was found that there were statistically significant differences between the average scores of the respondents on the scale of exposure to media campaigns on climate change via Egyptian satellite channels according to the different demographic variables.

KeyWords: Media Campaigns, Awareness, Climate change, environmental citizenship.

مقدمة الدراسة:

تُعد الحملات الإعلامية من النشاطات الاتصالية الهامة التي تعددت واختلفت بشأنها وجهات النظري حول وضع مفهوم أو تعريف محدد لها، وذلك من منطلق اختلاف الوظائف التي تؤديها الحملات الإعلامية وتعدد أهدافها، فهناك من عرف الحملات الإعلامية بأنها سلسلة من الرسائل الإعلامية المتصلة والموظفة بمقاييس محددة من أجل تحقيق أهداف بعينها معتمدة في ذلك على وسائل إعلامية متعددة، مع ضرورة اتساقها مع الوسائط الإعلامية التي تقوم بنقلها، وذلك بهدف الوصول إلى الجمهور المستهدف وتحقيق أكبر قدر من التأثير.

كما أطلقت مصر العديد من المبادرات والحملات البيئية منها: مبادرة "تحضر للأخضر"؛ لتغيير السلوكيات، ونشر الوعي البيئي، وحث المواطنين على المشاركة في الحفاظ على البيئة والموارد الطبيعية؛ لضمان استدامتها حفاظاً على حقوق الأجيال القادمة، وتعظيم فرص التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وخرج من رحمها عديد من الحملات البيئية، منها: حملة الرئة الخضراء لزراعة ١٠٠ مليون شجرة، وحملة رجع الطبيعة لطبيعتها؛ للتوعية بالتغيرات المناخية ومخاطر هذه التغيرات، وحملة بلولاجون؛ للحفاظ على النظم البيئية والمحميات الطبيعية.

وتلعب وسائل الإعلام دوراً رئيساً في إطلاع الجمهور على كل ما يتعلق بتغير المناخ، وتعمل على رفع الوعي البيئي للجمهور بمخاطر التغيرات المناخية وإبراز سبل التكيف المناخي، فقد خصصت العديد من الصحف والمواقع الإخبارية والقنوات التلفزيونية العربية والدولية والمنصات الرقمية مساحات لتغطية فاعليات قمة المناخ COP 27، إلا أن التوجهات السياسية والأيديولوجيات الخاصة بكل دولة قد تنعكس بدرجات متفاوتة على الأطر التي تقدم بها الأخبار من خلال التركيز على جوانب بعينها وإبرازها وتجاهل جوانب أخرى، بما يجعل جمهور يدركها بصورة معينة.

حيث تؤدي وسائل الإعلام دوراً حيوياً ومؤثراً في تسليط الضوء على قضايا التغير المناخي التي باتت من أكثر قضايا الأجندة الدولية إلحاحاً لإيجاد حلول ناجحة لإنقاذ البشرية. كما تسهم وسائل الإعلام أيضاً في تشكيل الوعي العام العالمي بيئياً، وتشجع السلطات الرسمية على اتخاذ إجراءات لحماية البيئة ومواجهة التغير المناخي، من خلال نشر معلومات حول التحديات والتأثيرات المحتملة للتغير المناخي وهو ما يزيد وعي الجمهور بأهمية الحفاظ على البيئة وتحفيز الأفراد على اتخاذ إجراءات منفردة أحياناً للحد من تأثيرهم البيئي.

وتعد التغيرات المناخية التي يشهدها عالمنا اليوم أخطر المشكلات التي يواجهها الإنسان في العصر الحديث، ولقد أطلق خبراء المناخ على مشكلة التغيرات المناخية مصطلح "الكارثة الزاحفة"^(١) وتعرف الاتفاقية الإطارية للأمم المتحدة بشأن تغير المناخ - UNFCC التغيرات المناخية بأنها تغير في المناخ يعزى بصورة مباشرة أو غير مباشرة للنشاط البشري والذي يؤدي إلى تغير في تكوين الغلاف الجوي للأرض.^(٢)، ولقد أدركت دول العالم مدى خطورة التغيرات المناخية منذ زمن بعيد، وعقدت العديد من المؤتمرات وأبرمت العديد من الاتفاقيات التي تهدف إلى حشد الجهود لمواجهة تلك المخاطر والحد من تداعياتها ففي عام ١٩٩٢ أصدرت الأمم المتحدة اتفاقيتها بشأن تغير المناخ ووقع عليها ١٩٧ دولة، وتم تعزيز الاتفاقية وتحديثها بموجب اتفاقيات لاحقة بما في ذلك بروتوكول كيوتو ١٩٩٧، واتفاقية باريس للمناخ ٢٠١٥.

وحصدت مصر عددًا كبيرًا من اتفاقيات التمويل والتعاون الدولي ومذكرات التفاهم في عدة مجالات متعلقة بالمناخ والبيئة، من أبرزها الهيدروجين الأخضر، الطاقة الجديدة والمتجددة، الزراعة والمياه، والتي بموجبها تحولت هذه المشروعات إلى عقود فعلية تدخل حيز التنفيذ، وتسليط الضوء على أوضاع وقضايا إفريقيا فيما يخص قضية التغير المناخي والانتقال الطاقوي العادل، وإطلاق عشرات المبادرات المصرية والدولية التي تغطي أغلب مجالات مواجهة تداعيات التغير المناخي، والتي تستهدف إنهاء مُعاناة الملايين في القارة، فضلاً عن إطلاق عدة مبادرات في مجالات الطبيعة والتنوع البيولوجي وحماية البيئة والمشروعات الذكية الخضراء، والانتقال المستدام للغذاء والزراعة والعمل المناخي ومشروعات التخفيف والتكيف مع الآثار السلبية للتغيرات المناخية.^(٣)

ويعتقد بك Beck بشدة في أن أهم ما يميز الأزمات والمخاطر التي تواجه مجتمعاتنا المعاصرة هي كونها ذات آثار كارثية مدمرة، والأهم هي أنها غير مرئية في الأغلب، وغير معروفة للجمهور العام Invisibility وهي لا تصبح عكس ذلك، إلا إذا تكونت معرفة مجتمعية حولها أو حتى نوع من الجهل والتعتيم بشأن خطورتها وطبيعة المعلومات المتعلقة بها فهي الوظيفة التي تتقلدها وسائل الإعلام في الأساس وبشكل شبه حتمي، ومن هنا تصبح نظرية التهديدات المجتمعية، هي نظرية العلاقة بين وسائل الإعلام ومجتمع المعلومات، وتنتقل الإشكالية هنا إلى هؤلاء الذين يقومون بإنتاج مفاهيم وتعريفات الأزمة وبين هؤلاء الذين يستهلكونها.^(٤)

مشكلة الدراسة:

لاحظت الباحثة من خلال مجاراتها للأحداث الجارية في الحياة اليومية عبر القنوات الفضائية أحداثا سياسية واقتصادية واجتماعية ورياضية وفنية وبيئية، ونظراً لحقيقة التفاوت في التغطية الإعلامية بين وسائل الإعلام المختلفة فإن الباحثين في مجال الإعلام عامة والإعلام البيئي على وجه الخصوص يتفقون على أن للوسيلة المرئية ميزة تكاد تتفرد بها عن باقي وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة، حيث أن اللغة الرئيسية لنشر أخبار التغيرات المناخية هي الصورة والمشهد، وقد أثبتت العديد من الدراسات أن رؤية تأثيرات التغيرات المناخية ومشاهدتها عبر الشاشة أفضل وأكثر تأثيراً من قراءتها أو سماعها، كما لاحظت الباحثة الاهتمام العالمي بالمواطنة البيئية وتنميتها، حيث نظمت الشبكة الأوروبية للمواطنة البيئية في مؤتمر الباحثين الدوليين الثاني في التعليم من أجل المواطنة البيئية ٢٠٢٢ International Researchers Education for Environmental Citizenship (IREEC)؛ بغرض تعميق الفهم حول القضايا البيئية والمواطنة البيئية (European Network for Environmental Citizenship, 2022, 1)،^(٥) والمؤتمر العلمي الدولي الثالث الذي نظّمته جامعة الأزهر تحت عنوان "تغير المناخ - التحديات والمواجهة" في الفترة من ١٨ إلى ٢٠ ديسمبر ٢٠٢١، حيث أوصي بضرورة الحفاظ على البيئة بين طلاب الجامعة؛ لتحقيق الاستدامة، وتفعيل دور الشباب في مواجهة أزمة التغير المناخي من خلال إطلاق مشروع "سفراء المناخ"، وتفعيل دور أعضاء هيئة التدريس في إجراء الدراسات البيئية، والعمل على نشر مفهوم الاستدامة البيئية، ونشر السلوكيات الصحيحة. (الهيئة الوطنية للاستعلامات، ٢٠٢١)^(٦)، ومؤتمر الأطراف للدورة السابعة والعشرين (COP 27) الذي استضافته مصر بمدينة شرم الشيخ في نوفمبر ٢٠٢٢م، والذي جاء استكمالاً لمجموعة من مؤتمرات القمة العالمية للمناخ السابقة له، والذي في ضوئه تم إطلاق الاستراتيجية الوطنية لتغير المناخ في مصر ٢٠٥٠. (الهيئة الوطنية للاستعلامات، ٢٠٢٢)^(٧). وفي هذا الإطار لاحظت الباحثة الجهود المبذولة من جانب الحكومة في إنتاج حملات إعلامية عبر القنوات الفضائية للتوعية من مخاطر التغيرات المناخية، وما دعم مشكلة الدراسة ما قامت به الباحثة من دراسة استطلاعية على عينة من القنوات الفضائية والتي أسفرت نتائجها عن التزايد المستمر والاهتمام من قبل هذه القنوات في نشر حملات التوعية بالتغيرات المناخية وتأثيرها على المجتمع، بالإضافة إلى إجراء دراسة استطلاعية على عينة من الجمهور

المصري للتعرف على حجم التعرض لمثل هذه الحملات فى القنوات الفضائية والتي تبين من خلالها أن ما يقرب من ٨٦٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة الاستطلاعية يحرصون على متابعة الحملات الإعلامية بالقنوات الفضائية حول التوعية بالتغيرات المناخية، وجاءت هذه النسبة موزعة بين ٤٢٪ يحرصون على متابعتها دائماً، ٤٦٪ يحرصون على متابعتها أحياناً، الأمر الذى يدعو إلى دراسة العلاقة بين تعرض الجمهور المصري للحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية كما تعرضها القنوات الفضائية والإحساس بالمواطنة البيئية ومخاطر التغيرات المناخية، وتتلخص مشكلة الدراسة الحالية فى محاولة الإجابة عن التساؤل التالى:

ما دور الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية فى تنمية وعي الجمهور المصري بالمواطنة البيئية ومخاطر التغيرات المناخية؟

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة الحالية من خلال:

- ١- مواكبة موضوع البحث للاتجاهات العالمية الحديثة ومتطلبات العصر، حيث أصبح الوعي بقضية المواطنة البيئية، وتشكيل المواطن البيئي العالمي اتجاهاً عالمياً لا تخلو منه أي سياسة تطوير بوجه عام.
- ٢- ضرورة معرفة رجع الصدى فى مجال الإعلام، فمعرفة ردود الأفعال تجاه ما يقدم خلال القنوات الفضائية مهم للمخططين وصانعي القرار لتعديل الرسائل أو جعلها تتوافق مع الجمهور المتلقي.
- ٣- تكتسب هذه الدراسة أهمية أنية من الاهتمام العام على كافة المستويات داخل المجتمع المصري بالتغيرات المناخية وتأثيرها على الاقتصاد المصري والدعوة نحو الاستثمار وزيادة معدلات الإنتاج وذلك فى ظل التحولات السياسية التى يشهدها العالم باعتبارها قضايا ملحة وأنية ضمن أجندة هذا المجتمع.
- ٤- تتبع أهمية الدراسة من أهمية قضية التغيرات المناخية حيث أدت إلى ظهور العديد من الأزمات والتحولات الاقتصادية والاجتماعية داخل المجتمع المصري، وأصبحت تمثل مصدراً رئيسياً للموضوعات فى القنوات الفضائية، كما تمثل هذه القضايا بؤرة اهتمام جميع قطاعات المجتمع فى الفترة الراهنة.
- ٥- محاولة اختبار فروض نظرية التهديدات الاجتماعية، حيث تعد من النظريات الرائدة فى مجال الإعلام وعلم الاجتماع.

٦- تسهم هذه الدراسة فيما تخرج به من نتائج قد تفيد الحكومة والجهات المهمة بقضايا المناخ للوقوف على حجم المشكلة ومن ثم إمكانية معرفة جوانب القوة فى جوانب معالجة قضايا المناخ عبر المواقع الإخبارية وتدعيمها، ومعرفة جوانب الضعف فى هذه المعالجة وتعديلها.

٧- تتواكب هذه الدراسة مع أجندة اهتمامات الدولة المصرية وتحركها الفاعل في هذا المجال؛ خاصة بعد استضافتها لقمة المناخ COP 27 وما حظيت به من تغطيات على كافة المنصات الإعلامية، واتساقها مع إستراتيجية مصر للتغير المناخى ٢٠٥٠.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على دور الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية فى تنمية وعي الجمهور المصرى بالمواطنة البيئية ومخاطر التغيرات المناخية وذلك من خلال:

- ١- قياس حجم تعرض الجمهور للقنوات الفضائية المصرية.
- ٢- قياس حجم تعرض الجمهور للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية.
- ٣- قياس درجة اهتمام الجمهور بمتابعة الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية.
- ٤- تحديد درجة ثقة الجمهور بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية كمصدر للمعلومات حول التغيرات المناخية.
- ٥- التعرف على درجة إدراك الجمهور المصرى لمخاطر التغيرات المناخية نتيجة التعرض للحملات الإعلامية للتغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية.
- ٦- قياس مستوى المواطنة البيئية لدى الجمهور الناتجة عن التعرض للحملات الإعلامية للتغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية.
- ٧- دراسة درجة وعى الجمهور المصرى بمخاطر التغيرات المناخية نتيجة التعرض للحملات الإعلامية للتغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية.
- ٨- قياس مدى تأثير المتغيرات الديموجرافية على مستويات تعرض الجمهور للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية.

مدخل مفاهيمي للدراسة:

أولاً: الحملات الإعلامية: هي النشاط المكثف الذي يمتد لفترة زمنية محددة ويتعامل مع موضوع محدد ويستخدم عادة مجموعة من الوسائل^(٨)، وهي جهود اتصالية وقتية تستند إلى سلوك مؤسسي أو جمعي يكون متوافقاً مع المعايير والقيم السائدة بهدف توجيه وتدعيم وتحفيز اتجاهات الجمهور نحو أهداف مقبولة اجتماعياً، مثل التصويت وشراء السلع والتبرعات وتحقيق أمن أكبر وصحة أفضل وغيرها^(٩)، وهي نشاط اتصالي مخطط ومنظم، وخاضع للمتابعة والتقييم، تقوم به مؤسسات أو مجموعات أو أفراد، ويمتد لفترة زمنية، بهدف تحقيق أهداف معينة، باستخدام وسائل الاتصال المختلفة، وسلسلة من الرسائل الإعلامية، وباعتماد أساليب استمالة مؤثرة، بشأن موضوع محدد، يكون معه أو ضده، ويستهدف جمهوراً كبيراً نسبياً^(١٠)، وشهدت مصر إطلاق المبادرة الرئاسية التحضر للأخضر والتي فتحت الباب لإطلاق حوالي ٨ حملات بيئية نفذتها وزارة البيئة، من أجل رفع الوعي البيئي بالعديد من القضايا البيئية، والملفات على رأسها المخلفات والتخلص الآمن منها وخاصة الإلكترونية، والتغيرات المناخية، والتشجير، و سياحة المحميات الطبيعية والسياحة البيئية بشكل عام. وقدمت وزارة البيئة عدة حملات بيئية للتوعية بمخاطر التغيرات المناخية، على رأسها حملة "تحضر للأخضر" لرفع الوعي البيئي تحت رعاية رئيس الجمهورية والتي كانت نقطة البداية.

- ١- إطلاق حملة "رجع الطبيعة لطبيعتها" لرفع الوعي البيئي بقضية التغيرات المناخية .
- ٢- إطلاق الحوار الوطني للتوعية بقضية التغيرات المناخية من مدينة شرم الشيخ، ليتم تنفيذه بباقي محافظات الجمهورية.
- ٣- إطلاق مبادرة E-Tadweer للتخلص الآمن من المخلفات الإلكترونية.
- ٤- حملات توعوية لدعم السياحة البيئية بالمحميات: إطلاق حملة إيكو إيجيبت والتي تعد أول حملة تم إطلاقها لدعم السياحة البيئية، حيث تهدف إلى الترويج للمحميات الطبيعية وزيارتها للتعرف على ما بها من تنوع بيولوجي فريد وتراث ثقافي مختلف.
- ٥- إطلاق حملة حكاوى من ناسها لعرض التراث الثقافي والبيئي للمجتمعات المحلية، التي تهدف إلى تعظيم دور المجتمعات المحلية في صون وحماية المحميات.
- ٦- إطلاق حملة ترويجية لمحميات جنوب سيناء تحت شعار "ECO South Sinai" ضمن حملة إيكو إيجيبت للترويج للسياحة البيئية في مصر التابعة لمشروع دمج التنوع البيولوجي في السياحة بالوزارة وبالتعاون مع برنامج الأمم المتحدة الإنمائي والبنك الأهلي المصري.

٧- إطلاق حملة حماية البيئة البحرية بالبحر الأحمر بالتعاون بين وزارتي البيئة والسياحة.

مراحل تنفيذ الحملة الإعلامية.

١- مرحلة العرض: هي عبارة عن تحليل مواقف الجمهور قبل البدء في تنفيذ الحملة أي محاولة معرفة صورة موضوع الحملة لدى الجمهور المستهدف.

٢- مرحلة الانتشار: ويبدأ القائم بالاتصال في هذه المرحلة بممارسة شتى أساليب ووسائل الاتصال المتاحة والملائمة لكل فئة من فئات الجمهور مستخدماً كل الوسائل والرسائل المعبرة والمؤثرة.

٣- مرحلة التركيز: تعتمد هذه المرحلة على دقة الملاحظة وعلى استطلاعات الرأي لتقييم المراحل السابقة محاولة بناء إستراتيجية جديدة في هذه المرحلة حتى يتم الوصول الى الجمهور المستهدف.

٤- مرحلة الحسم: وهي مرحلة الهجوم على المنتج المنافس ومحاولة التأثير في اتجاهات المعارضين وتحويلها إلى مؤيدين وتتميز هذه المرحلة بالمفاجآت.

ثانياً: قضايا المناخ: تعرف الأمم المتحدة تغير المناخ بأنه التحولات طويلة الأجل في درجات الحرارة وأنماط الطقس، وقد تحدث هذه التحولات بشكل طبيعي من خلال التغيرات في الدورة الشمسية. ولا يتوقف تأثير تغير المناخ على ارتفاع درجة الحرارة، وإنما هو بداية المخاطر، فهناك الكثير من العواقب الناتجة عن تغير المناخ منها: الجفاف الشديد وندرة المياه والحرائق الشديدة وارتفاع مستويات سطح البحر والفيضانات وذوبان الجليد القطبي والعواصف الكارثية وغيرها. كما يمكن أن يؤثر تغير المناخ على صحتنا وقدرتنا على زراعة الأغذية والسكن والسلامة والعمل. وتؤدي هذه التأثيرات بدورها إلى خطر المجاعة أو اضطراب مجتمعات بأكملها للانتقال نتيجة للجفاف الشديد المستمر أو ارتفاع مستوى سطح البحر وغرق واختفاء مدن بأكملها تحت المياه.

ثالثاً: المواطنة البيئية العالمية **Global Environmental Citizenship**: سلوكيات

وممارسات ينتهجها الطالب تجاه بيئته على المستويين؛ الخاص والعام، وعلى المستوى المحلي والوطني والعالمي، من خلال إلمام الطلاب معرفياً ومهارياً ووجدانياً وقيماً بالمبادئ التي توفر لهم العيش في حياة أفضل مع بيئتهم دون الإخلال بأنظمتها، وتنعكس في أبعادها الرئيسية وهي: المسؤولية البيئية، والمشاركة البيئية، والعدالة البيئية، والابتكار البيئي، والاستدامة البيئية، والحد من الممارسات غير الصحيحة تجاه البيئة، والمشاركة الفعالة

والمنظمة في حمايتها، واتخاذ ما يلزم من قرارات تؤدي إلى صيانتها واستدامتها، وابتكار وتنمية عمليات وممارسات بيئية جديدة.

رابعاً:الجمهورية المصري: يقصد به الجمهور العام من سن ١٥ سنة وما يزيد، ويشمل كافة فئات المجتمع وشرائه.

خامساً:القنوات الفضائية: القنوات الفضائية هي التي تبث من الوطن العربي وخارجه والتي أصبحت تمارس تأثيرها على نواحي الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية كافة ومعها غادر السكان عصر حتمية المشاهدة بالإجبار إلى عصر حرية المشاهدة بالاختيار من خلال الوصول إلى المشاهدين في منازلهم دون حواجز رقابية".^(١١)

حدود الدراسة: وتتمثل حدود الدراسة في الحدود التالية:

١- **حدود موضوعية:** حددت الباحثة موضوع دراستها في دور الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية في تنمية وعي الجمهور المصري بالمواطنة البيئية ومخاطر التغيرات المناخية.

٢- **حدود بشرية:** اقتصرت الدراسة على عينة من الجمهور العام الذين يتراوح عمرهم الزمني بين ١٥ سنة فأكثر، ويرجع اختيار الجمهور العام دون تحديد شريحة معينة وذلك لدراسة أي شرائح المجتمع أكثر اهتماماً بمتابعة مخاطر التغيرات المناخية.

٣- **حدود مكانية:** تتمثل حدود الدراسة المكانية في محافظات جمهورية مصر العربية.

٤- **حدود زمنية:** تم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة من الجمهور المصري خلال النصف الثاني من عام ٢٠٢٢.

الدراسات السابقة:

تستهدف عملية مراجعة التراث العلمي بشكل أساسي استجلاء المفاهيم النظرية والمنهجية المتعلقة بالمتغيرات محل الدراسة والعلاقات القائمة فيما بينها، بما يسهم إيجاباً في البناء النظري والتصميم المنهجي للدراسة الحالية، وفي هذا الصدد هناك عدة دراسات تقترب من قريب أو بعيد من موضوع الدراسة الحالية، وتم تقسيم الدراسات السابقة على محورين، **المحور الأول:** دراسات تناولت الحملات الإعلامية البيئية، **المحور الثاني:** دراسات تناولت المواطنة البيئية. **المحور الثالث:** دراسات تناولت مخاطر التغيرات المناخية. وفيما يلي عرض هذه الدراسات علي أساس الترتيب الزمني لها من الأقدم إلي الأحدث لكل محور على حدة.

أولاً: دراسات حول الحملات الإعلامية:

وحاولت دراسة ستات وآخرون (١٩٩٦) (١٢). التواصل في الاحتباس الحراري مع الجمهور: تقييم حملة إعلامية من منظور معضلة اجتماعية. استهدفت الدراسة تقييم حملة إعلامية موجهة نحو مدى معرفة الجمهور بظاهرة الاحتباس الحراري، تنفذها وزارة البيئة الهولندية. واستخدمت الدراسة منهج المسح من خلال استبانة وزعت على عينة عشوائية. وأظهرت نتائج الدراسة أنه من غير المحتمل تنازل الأفراد عن جزء من الراحة الشخصية لصالح المصالح الجماعية الطويلة الأجل إذا كان التركيز منصباً فقط على الوقاية من الكوارث البيئية، وأن التركيز يجب أن يكون عاماً وشاملاً لمعظم القضايا التي تعد من العضلات الاجتماعية العامة، وأنه من الصعب تغيير الإدراك الحالي والسلوك بسهولة، وأن معرفة الظاهرة وإدراكها والوعي حيالها قبل الحملة ربما يكون ذا دور أقل قيمة في التشجيع على تغيير السلوك حيال تلك الظاهرة. واستهدفت دراسة ستينر وآخرون (Steiner, 2001) (١٣) في جانب منها معرفة التأثير الذي تحدثه حملات التوعية المرورية التي تنفذها إدارة المرور في كل من مدينتي ناغازاكي وطوكيو اليابانيتين، وكيفية قياسه وتقويمه. واستخدمت الدراسة منهج المسح من خلال أداة الاستبانة التي وزعت على عينة عشوائية من السائقين مع رؤية واضحة لفارق السن، وتم اختيار مجموعتين تتراوح أعمار الأولى بين ١٨-٣٠ عاماً، والثانية بين ٣١-٤٢ عاماً، وتم وضع العديد من البرامج التوعوية عبر التلفزيون والإذاعة والصحافة. واتضح من النتائج أن نسبة ٩٣٪ من عينة الدراسة استفادت من حملات التوعية وطبقت حزام الأمان بفعالية، وكانت استجابة المجموعة الأولى الصغيرة أكثر من الكبيرة التي حققت نسبة ٨٩٪ من الاستجابة، كما اتضح أن نسبة ٩٪ لم تتأثر بالحملات الإعلانية عن حزام الأمان واعتبرتها ضياعاً للوقت، إلا أن النتيجة النهائية توضح أن هناك أهمية للحملات الإعلامية في مجال التوعية. وحاولت دراسة رانية محمد رياض المجني (٢٠٠٤) (١٤). تقييم أساليب قياس فعالية الحملات الإعلانية بالتطبيق على شركات التأمين في مصر. تطرقت الدراسة إلى تقييم الطرق التي تتبعها شركات التأمين في اختبار إعلاناتها قبل التنفيذ، وطرق قياس فعالية حملاتها الإعلانية، وأثر الإعلانات التي تقوم بها هذه الشركات على السلوك الشرائي للمستهلك المصري واتجاهاته نحو فوائد ومعلومات إعلانات التأمين. وطبقت الدراسة على الشركات التي تزاول التأمين في السوق المصرية، إضافة إلى عينة من المستهلكين المصريين. ومن نتائج الدراسة أن نسبة قليلة من شركات التأمين تقوم باختبار الإعلانات قبل التنفيذ، وأن معظم الشركات تقوم بتقييم جدوى

إعلاناتها بعد التنفيذ، وأن أكثر الطرق استخداماً في الاختبارات القبلية هي تحليل مدى قابلية النص الإعلاني للقراءة، ثم قوائم المراجعة في المرتبة الثانية، في حين كانت أكثر الطرق استخداماً في تقييم جدوى الإعلانات بعد تنفيذها هي اختبارات الاستفسارات، ثم صافي المبيعات الناتجة عن الإعلان. وتبين أنه على الرغم من أن شركات التأمين في مصر تقوم باختبار إعلاناتها وقياس فعالية حملاتها الإعلانية لكنها لا تتبع الأساليب العلمية في عملية التقييم. وأظهرت الدراسة وجود علاقة ارتباط بين التعرض لإعلانات التأمين وبين المرحلة الأولى من السلوك الشرائي للمستهلكين، وهي مرحلة جذب الانتباه لوثيقة التأمين المعلن عنها، في حين لم يوجد أثر لإعلانات التأمين على باقي مراحل السلوك الشرائي. واستهدفت دراسة ميغدال وبندر (Megdal and Beder, 2006)^(١٥) تقييم فعالية الحملات الإعلامية. لم لا نستثمرها كما يفعل الآخرون؟ استهدفت الدراسة معرفة كيفية استخدام الحملات الإعلامية في مجال زيادة كفاءة الطاقة عند الاستخدام. واستخدمت الدراسة المنهج النوعي لدراسة أساليب تقييم الحملات الإعلامية المستخدمة في ذلك المجال. وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة منها ضرورة استخدام بحوث التقييم بصورة جيدة لمعرفة مدى فاعلية الحملات الإعلامية الموجهة إلى الجمهور لمعرفة مجال كفاءة الطاقة، وكيفية معرفة جدوى نتائجها، إضافة إلى الاطلاع على استخدام تصاميم البحوث المناسبة وأساليب التقييم الملائمة لدراسة كفاءة الإعلانات التي تستخدمها الحملات وفعاليتها. وحاولت دراسة ليندا بلوك وآخرون (Block, 2011)^(١٦) تصميم وتنفيذ وتقييم حملة إعلامية فعالة لمكافحة التبغ. هدفت الدراسة في الجانب المتعلق بالتقييم إلى معرفة كيفية قياس تقييم التقدم المحرز في بلوغ الأهداف الإعلامية أو غايات البرنامج الدعائي الشامل لحملة مكافحة التبغ. واستخدمت الدراسة المنهج النوعي لدراسة تصميم وتنفيذ وتقييم الحملات الإعلامية التي تستهدف مكافحة التبغ في الولايات المتحدة. ومن أهم نتائج الدراسة ضرورة تخصيص ١٠ في المئة من ميزانية مكافحة التبغ للإنفاق على تقييم الحملات الإعلامية، وضرورة الاستناد إلى قياس ابتدائي أو أساسي للمقارنة بأي قياس لاحق، وضرورة قياس حجم التأثير على الشرائح المستهدفة بدقة وموضوعية، واستخدام تقنيات البحث الكمي لتقييم النتائج، لأن إثبات مدى تأثير الحملة يتطلب الحصول على أرقام إحصائية، وأهمية جميع البيانات وطرق التحليل المناسبة، والاعتماد على إحصائيات وصفية للمساعدة على وصف وتلخيص البيانات، وإحصائيات استدلالية لتعميم نتائج العينات المستخدمة، والتخطيط المبكر لبرنامج التقييم عند القيام بتصميم الحملة الإعلامية لتوفير تمويل كاف له، واحتساب وقت كاف للقيام بالقياسات التمهيدية قبل

تسيير الحملة، وضرورة التأكد من أن تقييم الحملة الإعلامية سيستخدم بفعالية في ثلاثة أمور أساسية هي إظهار احتياجات الحملة الإعلامية، وقياس نتائج الحملة، والتخطيط للحملة الإعلامية المستقبلية. وعمدت دراسة هياء بنت على المبارك (٢٠١٧) ^(١٧) إلى التعرف على أهم الاستراتيجيات الحديثة في تخطيط الحملات الإعلانية وأبرز النماذج والنظريات العلمية المساهمة في بنائها، وانتمت الدراسة إلى نوعين من الدراسات فهي دراسة أساسية (Basic research) تهدف إلى التوصل إلى الأسس النظرية حول ما قدمته المراجعيات العلمية عن استراتيجيات تخطيط الحملات الإعلانية، كما أنها دراسة وصفية (Studies Descriptive) استهدفت وصف ظاهرة ما وجمع المعلومات عنها، استخدمت الدراسة في معالجتها لموضوعها على المنهج الكيفي (Qualitative Method) وذلك بتحليل الأدبيات العلمية المتعلقة بموضوع الدراسة عبر أداة التحليل من المستوى الثاني (META-ANALYSIS): توصلت الدراسة إلى أن استراتيجيات الإعلان تكمن في مجالين أساسيين هما استراتيجيات بناء الرسالة الإعلانية واستراتيجيات الوسيلة الإعلانية وإلى أن استراتيجيات بناء الرسالة الإعلانية تتنوع في ثلاثة محاور رئيسية، هي الاستراتيجيات: الاتصالية، والإقناعية، والإبداعية، كما توصلت الدراسة إلى أن استراتيجيات الوسائل الإعلانية تنقسم إلى خمسة محاور: الاستراتيجيات المتعلقة بأداء الوسائل الإعلانية، والاستراتيجيات المتعلقة بجمهور الوسائل الإعلانية، والاستراتيجيات الخاصة بجدولة الحملة الإعلانية، والاستراتيجيات المتعلقة بالتوزيع الزمني، والاستراتيجيات المتكاملة. كما أظهرت نتائج الدراسة أن الإعلان يستند في بناء استراتيجياته على العديد من النماذج والنظريات العلمية في مجالات واتجاهات متعددة من العلوم ومنها المدخل: الاتصالي، والاجتماعي، والتسويقي، والاقتصادي، والنفسي، ومدخل سلوك المستهلك، والمدخل المتوازن أو المتكامل. وكشف دراسة محمد سالم موسى (٢٠١٨) ^(١٨) عن نموذج مقترح لحملة إعلامية حول المشاريع الصغيرة كمصدر للدخل. واعتمد البحث على المنهج الوصفي لتحقيق هدفه. وجاءت أدوات البحث متمثلة في استبيان لاستطلاع الرأي، وطبق في مدينة بنغازي. وقد اشتمل البحث على تعريف الحملات الإعلامية، ومراحلها. كما تضمن مقترح الحملة الإعلامية، موضعاً تعريفه، ومراحله الثلاثة، مشيراً إلى أهداف المرحلة الأولى، ووسائل الاتصال في المرحلة الثانية؛ حيث الاتصال الجماهيري، والبيانات الصحفية، واللافقات الإعلانية، والاتصال الشخصي، وجدول الفترة الزمنية للحملة. وخلص البحث بإيضاح المرحلة الثالثة للحملة المقترحة والكشف عن خطواتها، حيث التنفيذ، والمتابعة، والتقييم، والتقييم القبلي، والمرحلي، والشكلي، المضمون،

والبعدي. وقد ارتكز البحث على نظريتين وهما، الغرس الثقافي، ونظرية الاستخدامات و الإشاعات، حيث يتبلور مفهومها حول مشاركة الجمهور الإيجابية في بناء معاني للرسائل التي يستقبلها على اعتبار أنه جمهور نشط ويحقق منظور الاستخدامات و الإشاعات لثلاثة أهداف. ثانياً: الدراسات التي تناولت المواطنة البيئية:

هدفت دراسة (Meerah, Halim& Nadeson (2010)^(١٩) تعرف مستوى المواطنة البيئية لدى طلاب المرحلتين الابتدائية والثانوية في ماليزيا، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، والاستبانة كأداة لها حيث طبقت على عينة قوامها (٢٨٥٣) من طلاب المرحلتين الابتدائية والثانوية، وتوصلت الدراسة إلى أن مستوى المواطنة البيئية لدى الطلاب جاء بدرجة منخفضة ومتوسطة، وأوصت الدراسة بضرورة اهتمام وزارة التربية والتعليم بدمج المواطنة البيئية في المقررات الدراسية. وسعت دراسة (Larsen ٢٠١٤)^(٢٠) إلى تعزيز السلوكيات المؤيدة للبيئة؛ لتنمية المواطنة البيئية، وأن إقبال المواطنين على شراء السيارات الكهربائية البيئية راجع لاتجاه المواطنين نحو السلوك المناصر للبيئة أم يرجع للحوافز المالية في النرويج والدنمارك، وخلصت الدراسة إلى عديد من النتائج أهمها عدم قدرة اتجاهات الأفراد وحدها على تأييد التوجه البيئي، وأن الحوافز المالية هي التي تشجع هذا التوجه. وهدفت دراسة عبد العال (٢٠١٧)^(٢١) إلى تعرف أبعاد المواطنة البيئية كما يتصورها أعضاء هيئة التدريس بجامعة عين شمس، وعلاقتها بثلاثة متغيرات، وهي: النوع، والكلية، والدرجة العلمية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي من خلال تطبيق استبانة مكونة من أربعة أبعاد، وهي: (العدالة البيئية، الحقوق البيئية، المسؤولية البيئية، المشاركة في اتخاذ القرار البيئي)، وأظهرت النتائج وجود فروق في المتوسطات الحسابية لدرجة تصور أعضاء هيئة التدريس في جامعة عين شمس لأبعاد المواطنة البيئية، حيث جاء في المرتبة الأولى بعد الحقوق البيئية وعكس درجة كبيرة جداً، يليه بعدي المسؤولية البيئية والمشاركة في اتخاذ القرار البيئي وعكس درجة تصور كبيرة، وأخيراً بعد العدالة البيئية وعكس درجة تصور متوسطة، كما أظهرت نتائج الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى للنوع، ووجود فروق دالة إحصائية عند مستوى ٠.٥. تعزى لمتغيري الكلية والدرجة العلمية. وسعت دراسة العجمي، والظفيري، والشطي (٢٠١٨)^(٢٢) إلى تعرف مستوى المواطنة البيئية لدى عينة من طلبة كلية التربية الأساسية بدولة الكويت، وعلاقتها ببعض المتغيرات مثل: النوع، والتخصص الدراسي، وتضمنت الدراسة استطلاع آراء عينة من (٣٧٤) طالباً وطالبة تم اختيارهم بالطريقة

العشوائية، وأظهرت النتائج أن مستوى المواطنة البيئية قد جاء مرتفعاً في ثلاثة أبعاد هي: الثقافة البيئية، والتطوع في أنشطة بيئية، والسلوك البيئي المسؤول، في حين جاء المستوى متوسطاً في بعد واحد هو مستوى دعم الطلبة لأنشطة تخدم قضايا ومشكلات البيئة، كما بينت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغيري النوع والتخصص الدراسي، وخلصت الدراسة إلى عدد من التوصيات منها إضافة مقرر التربية البيئية لكافة التخصصات، وإعادة النظر بمحتوى مقرر ثقافة علمية، وتضمينه مفاهيم وقيم التربية والمواطنة البيئية، وتنظيم فعاليات وأنشطة تعزز من المواطنة البيئية في الكليات والمعاهد والمدارس المختلفة، والتشجيع على تشكيل فرق ميدانية تعمل على حماية البيئة. وبحث دراسة **Asha, et al. (2018)** ^(٢٣) التنبؤ بالمواطنة البيئية من خلال آليات تعرض الأطفال للطبيعة، واستخدمت الدراسة المنهج المختلط، واستخدمت الدراسة الاستبانة والمقابلة كأداتان لها، واشتملت عينة الدراسة على (٩٠٥) تلميذاً، وتوصلت الدراسة إلى التزام التلاميذ في سلوكياتهم أثناء ممارسة الأنشطة القائمة على الطبيعة، وجاء مجال السلوكيات نحو البيئة بتقدير عالٍ. وهدفت دراسة **Stefano (٢٠١٨)** ^(٢٤) إلى الكشف عما إذا كانت ممارسات المواطنة البيئية مضمنة في حياة طلاب جامعة لوند السويدية Lund University Swedish وذلك من خلال الإجابة عن السؤال التالي: هل يمكن تصنيف طلاب جامعة لوند السويدية على أنهم مواطنون مستدامون بيئياً؟ واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، واشتملت عينة الدراسة على (١٣٤) طالباً وطالبة، وتوصلت الدراسة إلى عديد من النتائج من أهمها: أن مستوى المواطنة البيئية لدى الطلبة كان مرتفعاً، وهدفت دراسة بني حمدان، والسعود (٢٠١٩) ^(٢٥) إلى تعرف درجة ممارسة مديري المدارس الثانوية الحكومية في الأردن للمواطنة البيئية وعلاقتها ببعض المتغيرات، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي من خلال تطبيق استبانة على عينة قوامها (١٢٦) مديراً ومديرة، و(٦٣٠) معلماً ومعلمة، وأظهرت النتائج أن درجة ممارسة مديري المدارس الثانوية الحكومية في الأردن للمواطنة البيئية جاءت بدرجة متوسطة، واقترح الباحثان بعض التوصيات منها تعزيز الوعي البيئي في المدارس من خلال برامج متخصصة وتنفيذها، مع اهتمام وزارة التربية والتعليم بعقد دورات تدريبية وبشكل دوري لمديري المدارس؛ لتنمية المواطنة البيئية لديهم. واستهدفت دراسة **Grau et al. (2019)** ^(٢٦) تنمية الثقافة البيئية لدى الطلاب في إسبانيا من أجل التنمية المستدامة؛ للحفاظ على الموارد المائية، وتوصلت الدراسة إلى وضع برنامج مشترك بين الجامعات والمدارس بهدف تدريبهم في مجال الموارد المائية على العمل في المجالات المتعلقة بالتخطيط والإدارة المستدامة.

وسعت دراسة ابن عمارة (٢٠٢٠) ^(٢٧) إلى معرفة مدى الشعور بالمواطنة البيئية وأبعادها لدى تلاميذ بعض متوسطات ولاية ورقلة، وأجريت الدراسة على عينة قوامها (٢٠٠) تلميذاً، وطبقت عليهم استبانة مكونة من خمسة أبعاد (المعرفة البيئية، الوعي البيئي، السلوك البيئي، الإدراك البيئي، المشاركة البيئية)، وتوصلت الدراسة إلى أن تلاميذ التوسط بولاية ورقلة يشعرون بدرجة عالية بالمواطنة البيئية وأبعادها لصالح الإناث، كما أن المواطنة البيئية صارت ضمنية في المناهج الدراسية وضمن النشاطات الصفية واللاصفية، وقدمت الدراسة في نهايتها مجموعة من التوصيات منها: تسهيل عملية انفتاح المدرسة على المجتمع المحلي كشريك اجتماعي في تنمية المواطنة البيئية، وتفعيل النشاطات اللاصفية والتدريب الميداني؛ ليمارس التلاميذ ما اكتسبوه من مفاهيم وقيم للمواطنة البيئية. وسعت دراسة Sarbaini (2020) ^(٢٨) إلى معرفة مستوى المواطنة البيئية لدى الطلاب المعلمين، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، ومقياس المواطنة البيئية، وتكونت عينة الدراسة من (١٠٠) طالباً وطالبة تم اختيارهم بالطريقة العشوائية، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن مستوى المواطنة البيئية لدى الطلبة جاء بدرجة متوسطة على مستوى الأداء مجمل، وفيما يتعلق بأبعاد المواطنة البيئية، فقد جاء مختلفاً من بعد لآخر، حيث أظهرت النتائج أن مستوى "المشاركة البيئية" جاء ضعيفاً، وجاء مستوى "المسؤولية البيئية والاستدامة البيئية" متوسطاً، وجاء مستوى المواطنة البيئية فيما يتعلق بـ "العدالة البيئية" عالياً. وهدفت دراسة السويكت (٢٠٢١) ^(٢٩) إلى تعرف مستوى المواطنة البيئية لدى طلبة الدراسات العليا بكلية التربية في جامعة القصيم، ووظفت الدراسة المنهج الوصفي بأسلوبه المسحي، واستخدمت الاستبانة كأداة لها، وتكونت عينة الدراسة من (٢٣٢) طالباً، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: أن مستوى المواطنة البيئية لدى طلبة الدراسات العليا بكلية التربية جامعة القصيم جاء متوسطاً، وفيما يتعلق بأبعاد المواطنة البيئية، فقد جاء مختلفاً من بعد إلى آخر، حيث أظهرت النتائج أن مستوى "المسؤولية البيئية" جاء متوسطاً، وجاء مستوى "العدالة البيئية" ضعيفاً، وجاء مستوى المواطنة البيئية فيما يتعلق بـ "المشاركة البيئية" ضعيفاً، وأوصت الدراسة بالاهتمام بتنمية المواطنة البيئية لدى طلبة الدراسات العليا من خلال إضافة مقرر عن المواطنة البيئية كمتطلب عام يتضمن مفاهيم وقيم المواطنة البيئية، كما يتضمن قائمة من مهارات المواطنة البيئية، وتنظيم أنشطة وبرامج بيئية تتيح لطلبة الدراسات العليا المشاركة في مواقف حقيقية كتطبيق فعلي لأبعاد المواطنة البيئية. وهدفت دراسة D'Arco & Marino (2021) ^(٣٠) إلى التحقيق في التأثير المعتدل لتطبيق الاستدامة البيئية على سلوكيات المواطنة البيئية في الولايات

المتحدة الأمريكية باستخدام نموذج تفعيل المعايير، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، والاستبانة كأداة للدراسة والتي تكونت من خمسة أبعاد: الوعي بالعواقب، وإسناد المسؤولية، والمعايير الشخصية، وسلوك المواطن البيئية في المجال الخاص، وسلوك المواطن البيئية في المجال العام، حيث طبقت على عينة قوامها (٥٤٩) مواطنًا، وكشفت النتائج أن هناك علاقة إيجابية بين الوعي بالنتائج، وإسناد المسؤولية، والأعراف الشخصية، وسلوك المواطن البيئية في كل من المجالين الخاص والعام، وأكدت هذه الدراسة أن استخدام تطبيقات الاستدامة له تأثير معتدل على تتبؤات سلوكيات المواطن البيئية، وأوصت الدراسة بضرورة استخدام التكنولوجيا لتغيير السلوك البيئي من خلال الاعتماد على تطبيقات الاستدامة من قبل الحكومات، وصانعي السياسات، والمنظمات، ومعلمي المعلمين؛ لإشراك الناس وتحفيز سلوكيات المواطن البيئية. وكشفت دراسة السويكت (٢٠٢٢) ^(٣١) عن مستوى المواطن البيئية لدى طلبة كليات التربية في الجامعات الحكومية السعودية، من خلال مراجعة نتائج الدراسات السابقة التي تناولت موضوع المواطن البيئية، والتربية البيئية، والوعي البيئي، كما شملت الدراسة مراجعة بعض خطط برامج كليات التربية؛ للتعرف على دور تلك البرامج فيما يتعلق بالمواطن البيئية وتنميتها، ومن ثم تقديم تصور مقترح لتنمية المواطن البيئية لدى طلبة كليات التربية، وكشفت الدراسة عن ضعف مستوى المواطن البيئية لدى طلبة كليات التربية، لذلك قدمت تصورًا مقترحًا يرجى أن يساهم في تطوير كليات التربية؛ لتنمية المواطن البيئية لدى الطلبة. واهتمت دراسة الفتلاوي، والنائلي (٢٠٢٢) ^(٣٢) بالتعرف على ما يمتلكه طلبة المرحلة الثانوية من معرفة بالمواطن البيئية، ولتحقيق هذه الدراسة قام الباحثان بإعداد مقياس المواطن البيئية مكون من أربعة أبعاد (السلوك البيئي المسؤول، العدالة البيئية، التنمية المستدامة، المعرفة البيئية) وطبق المقياس على (٤٠٠) طالبًا وطالبة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: أن السلوك البيئي المسؤول حقق أعلى مستوى أداء من قبل طلبة المرحلة الثانوية على مقياس المواطن البيئية، في حين حقق بعد التنمية المستدامة أدنى مستوى أداء، وأن طلبة المرحلة الثانوية يمتلكون مستوى جيدًا من المواطن البيئية، وأوصت الدراسة بضرورة تضمين المقررات الدراسية نصوصًا من القرآن الكريم، والأحاديث النبوية المرتبطة بالحفاظ على مكونات البيئة، وحث المدرسين على استخدام طرائق التدريس التي تشجع الطلبة على العمل بأنفسهم؛ لتعزيز المواطن البيئية لديهم. وسعت دراسة الضبع (٢٠٢٢) ^(٣٣) تعرف مدى شعور أساتذة كليات جامعة الزاوية بالمواطن البيئية، ومدى مشاركتهم في اتخاذ قرارات إيجابية تجاه بيئتهم والمحافظة عليها، ومعرفة المعوقات التي تواجههم

في تنمية قيم المواطنة البيئية وأبعادها، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، والاستبانة كأداة لها حيث طبقت على عينها قوامها (١٨٢) أستاذًا بكليات التربية، والآداب، والاقتصاد، والعلوم، وتقنية المعلومات، والتقنية الطبية، والموارد الطبيعية، والصحة العامة، وأكدت نتائج البحث على الدور الفعال للأستاذ الجامعي في تعزيز المواطنة البيئية، وتوصل البحث إلى عدة مقترحات منها العمل على تفعيل الندوات العلمية التي تسهم في تعزيز المواطنة البيئية بين أساتذة الجامعة وطلابها، وتضمن أبعاد المواطنة البيئية في المقررات الدراسية بالجامعة، وهدفت دراسة عمر (٢٠٢٢) (٣٤) إلى تحديد أبعاد المواطنة البيئية الواجب دعمها بمدارس التعليم قبل الجامعي، وتحديد متطلبات ومبادئ التعليم الأخضر الواجب مراعاتها بتلك المدارس، والوقوف على مدى مراعاة مدرسة المتفوقين للعلوم والتكنولوجيا بالمنيا لمتطلبات وممارسات التعليم الأخضر للمواطنة البيئية من وجهة نظر طلاب المدرسة، وتقديم مقترحات لتفعيل دور مدارس المتفوقين STEM في مراعاة مبادئ التعليم الأخضر الداعم للمواطنة البيئية، واعتمد البحث على المنهج الوصفي، من خلال استبانة طبقت على (٥٦) طالبًا بمدارس المتفوقين STEM، وتوصل الدراسة إلى عدة نتائج منها: ضعف ممارسات وأنشطة مدرسة المتفوقين STEM بالمنيا في مراعاة متطلبات ومبادئ التعليم الأخضر الداعم للمواطنة البيئية، وقدمت الدراسة في نهايتها مجموعة من التوصيات أهمها تبني مفاهيم وإجراءات التعليم الأخضر بشكل مستمر ومناسب طوال العام الدراسي. وسعت دراسة Kalaitzidaki & Baltioti (2022) (٣٥) إلى تعرف مستوى المواطنة البيئية لطلاب المرحلة الجامعية الأولى من قسم التعليم الابتدائي في إحدى الجامعات اليونانية، والتعرف على الفروق ذات الدلالة الإحصائية تبعًا لبعض المتغيرات (الجنس، السنة الدراسية)، وتم استخدام المنهج الوصفي، ومقياس المواطنة البيئية، وأشارت النتائج إلى أن الطلاب لديهم فرص لتطوير المهارات المناسبة للمواطنة البيئية خلال السنة الثالثة والرابعة، كما توصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح طلاب الفرقة الثالثة والرابعة، وأوصت الدراسة بضرورة التركيز على البرامج الجامعية؛ لتوفير الفرص في المجالات الأخرى للمواطنة البيئية كقيم وسلوكيات المواطنة البيئية داخل الحرم الجامعي وخارجه.

ثالثًا: الدراسات التي تناولت التغيرات المناخية:

استهدفت دراسة (Cardelon et al, 2015) (٣٦) التعرف على الأطر المستخدمة في تغطية أخبار قضايا التغيرات المناخية على المنصات الإلكترونية الناطقة بالإسبانية، وتنتمي هذه

الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدم منهج المسح، وتم إجراء تحليل كمي و٢٠١١ قدرها ٨٨٩ مادة إخبارية على ٩٧ منصة إعلامية عبر الإنترنت نشرت أخباراً عن قضايا التغيرات المناخية التي تم تناولها في قمة المناخ كانكون ٢٠١٠ ودوربان ٢٠١١. أشارت النتائج إلى تراجع في تغطية أخبار قمة المناخ في دوربان ٢٠١١ ولوحظ انخفاض كبير في عدد الأخبار بين عامي ٢٠١٠ و ٢٠١١، وربما يرجع تدهور الوضع الاقتصادي في عام ٢٠١١ إلى زيادة الاهتمام بالأخبار الاقتصادية أو المتعلقة بالعمل، على حساب قضايا التغيرات المناخية. كما استهدفت دراسة (Ogunjinmi and Adekoya, 2016) ^(٣٧) تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على المعرفة بقضايا التغيرات المناخية بين المبحوثين في نيجيريا. وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدم منهج المسح، وأظهرت النتائج أن ٩٨.٣٪ من المبحوثين عرفوا أخبار عن تغير المناخ من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، كما جاء Facebook في المرتبة الأولى لنشر معلومات عن تغير المناخ. وأكد المبحوثين أن السبب الرئيسي وراء عدم معرفتهم بأخبار التغيرات المناخية هو عدم وجود صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي متخصصة في نشر أخبار مؤكدة وحالية عن تغير المناخ، كما أكدوا أن الوكالات الحكومية والمنظمات غير الحكومية عليهم الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي كجزء من الحملة الجارية بشأن تدابير التكيف والتخفيف من عواقب تغير المناخ في نيجيريا. وسعت دراسة نزيهة وهابي (٢٠١٧) ^(٣٨) إلى إلقاء الضوء على المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة من خلال الوقوف على العوامل المؤثرة على هذه المعالجة والنتائج المترتبة عليها، بالإضافة إلى الأساليب التي تعتمد عليها الصحافة المكتوبة في تناولها لهذه القضايا، وأخيرا تعرض لدور الصحافة المكتوبة في معالجة القضايا البيئية والمشكلات التي تواجهها، وقد أسفرت نتائج الدراسة عن: أن التلوث الصناعي وتلوث البحر والشواطئ جاء في طليعة اهتمام الإعلام البيئي، الجزائري، تليه مشكلة النفايات الصلبة والكوارث والتصحر، وتم استخدام القالب الخبري في طرح القضايا البيئية ومشكلاتها في وسائل الإعلام الجزائرية بشكل ملحوظ. كما تميزت جريدة الخبر بتغطيتها المتواصلة لموضوعات البيئة من خلال الأخبار والتحقيقات. في الوقت ذاته ركزت دراسة محي الدين داوود (٢٠١٧) ^(٣٩) على دور الإعلام في رفع الوعي البيئي من خلال دراسة مسحية على قضايا البيئة، مع تطور المجتمعات وتعقدتها أصبح استخدام وسائل الإعلام الجماهيرية والتفاعلية ضرورية لإمداد الجمهور وتزويدهم بالمعلومات عن الأحداث والقضايا المختلفة، لأنها تؤدي دوراً رئيساً في نشر الأفكار المستحدثة وترسيخها في أذهان

الجماهير، خاصة بعد الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال. وأصبح لها تأثيراً مباشراً في تشكيل الرأي العام وتحديد أولوياته وترتيب اهتماماته خاصة في القضايا العامة مثل القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية والبيئية، حيث تعتبر قضايا البيئة من أهم التحديات التي تواجه المجتمعات بعصرنا الحاضر بعد تفاقم الوضع البيئي عالمياً، وقد تنبه المجتمع الدولي لذلك فعقدت المؤتمرات الدولية وتبنت الحكومات في برامجها قضايا البيئة، وبرزت أهمية الإعلام ودوره في تعريف الشعوب بالبيئة وأضرارها وكيفية حمايتها والحفاظ عليها، ومن تلك المنطلقات جاءت أهمية الدراسة في تسليط الضوء على القضايا البيئية والتعريف بدور الإعلام في حل القضايا البيئية وتعزيز المشاركة الجماهيرية في اتخاذ القرارات وزيادة سبل الحوار بينهم وصناع القرارات وتناول القوانين الدولية والتشريعات العالمية الخاصة بالبيئة. وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تسعى إلى كشف ورصد وتحليل الظاهرة وطبيعة العلاقات المتبادلة بين أطرافها وكذلك الاهتمام بأنماط السلوك، وقد استخدمت الباحثة منهج المسح الذي يعتبر جهد علمي منظم للحصول على البيانات والمعلومات من خلال أداتين الملاحظة العلمية المنتظمة والدراسة المسحية للنظريات العلمية في مجال البيئة والإعلام. وسعى سينيد بويلان وآخرون (Sinead Boylan and others, 2018)^(٤٠) من خلال دراستهم إلى وضع إطار مفاهيمي لتأثير تغير المناخ على الصحة والرفاهية في "نيو ساوث ويلز" (أستراليا)، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدم منهج المسح، وتوصلت النتائج إلى أن تغير المناخ يؤثر على الصحة من خلال تغيير انتشار وتوزيع الآثار الصحية البيئية الحالية، كما تسبب أحداث موجات الحر والجفاف وحرائق الغابات والعواصف والفيضانات في نيو ساوث ويلز "عددا كبيرا من الأمراض والإصابات والوفيات. واستهدفت دراسة "جي شيونغ، هاوهوان "فو" Haohuan Fu, (2019) Jie Xiong^(٤١) التعرف على الإطار الذي يعزز بروز قضايا تغير المناخ على الأجندة العامة على الإنترنت له، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدم منهج المسح، وخلصت إلى أن بعض الاستراتيجيات قد تجعل قضايا تغير المناخ أكثر بروزاً، أن الإطار المعرفي هو الأقل فاعلية في إثارة القلق العام، ويعد الإطار العاطفي أكثر تأثيراً نسبياً في تحفيز الناس على المشاركة في مناقشة تغير المناخ، في حين أجرت (Emanuele, 2019)^(٤٢) دراستها عن تغطية مقالات عن قضايا التغيرات المناخية في جريدتي الجارديان والديلي نيوز في تنزانيا، أشارت نتائج الدراسة إلى أن أهم الموضوعات التي تم تناولها في كانت تخص تأثيرات التغيرات المناخية وكيفية التأقلم معها، والمؤتمرات العالمية التي

تقييمها الدول لمناقشة أهم تداعيات التغيرات المناخية، كما أشارت النتائج إلى وجود اهتمام أكبر محليا ودولياً بتغطية أخبار التغيرات المناخية عن الفترات السابقة، وأكدت الدراسة أن حصول الصحفيين على معلومات عن قضايا التغيرات المناخية من مصادر الإنترنت المختلفة قد أثرت بشكل إيجابي على تغطية الصحيفتين لهذا النوع من القضايا،. واستهدفت دراسة **Balarabe (and Hamza, 2020)** ^(٤٣) التعرف على تأثير التغطية الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية على آراء ومواقف وسلوك الأفراد في كانو بنيجيريا، تم إجراء استبيان على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة لاستنباط معلومات حول رأي الأفراد ومواقفهم وسلوكهم وتوجهاتهم حول قضايا التغيرات المناخية. وخلصت الدراسة إلى أن هناك مستوى عال جدا من الوعي الإعلامي بقضية تغير المناخ في كانو بنيجيريا، كما أشارت النتائج أن التغطية الإعلامية حول تغير المناخ أثرت بشكل إيجابي وشكلت فهم الأفراد لقضية تغير المناخ، كشفت الدراسة أيضا أن وسائل التواصل الاجتماعي لا تزال هي المصدر الرئيسي للمعلومات حول قضية تغير المناخ في كانو كما هدفت دراسة (البياتي التعرف على مدى الوعي الاجتماعي للتلوث البيئي في مدينة بغداد-العراق على عينة من ٤٨١ مجوهر ودور وسائل الإعلام، خاصة الإعلام البيئي في توعية الجمهور بثقافة البيئة، والتوعية بمخاطرها الاجتماعية والصحية،. في الوقت الذي تناولت فيه دراسة **(Kakonge 2020)** ^(٤٤) كيفية تحسين التغطية الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية في كينيا، قام الباحث بمراجعة الاتجاهات العالمية العامة للتغطية الإعلامية لتغير المناخ على مدى العقود القليلة الماضية، وتمت مراجعة سياسات تغير المناخ في كينيا فيما يتعلق بدور الوزارات الوطنية والتشريعات والمنظمات غير الحكومية والمجتمع المدني، حيث تم إجراء مسح على شبكة الإنترنت لتحديد مدى تغطية أخبار تغير المناخ. وأظهرت النتائج أن تغطية أخبار المناخ من قبل وسائل الإعلام في كينيا على مدى العقد الماضي (٢٠١٩-٢٠١٠) ضئيلة للغاية. ويعتبر الافتقار إلى القدرات الصحفية وتضارب الأولويات الإعلامية وعدم كفاية التمويل لتدريب ودعم الصحفيين من الأسباب الرئيسية لعدم اهتمام وسائل الإعلام الكينية بقضايا المناخ، واستطلعت دراسة **(Manzor and Ali, 2020)** ^(٤٥) تصور الصحفيين الباكستانيين فيما يتعلق بقضايا التغطية الإعلامية والمناخية في باكستان، تم الاعتماد على المقابلات المتعمقة مع الصحفيين الباكستانيين لاستكشاف وجهات النظر الصحفية حول تغير المناخ وأولوياتهم أثناء تحديد أهم أخبار المناخ في غرف الأخبار، ومعرفة آليات الإبلاغ والعوامل التي تساعدهم أو تزعجهم أثناء تغطيتهم للقضية. خلصت النتائج إلى أنه وفقًا للصحفيين البيئيين الباكستانيين فإن قضية تغير

المناخ وارتفاع درجات الحرارة يجب أن يكون له أهمية أكبر في الإعلام الباكستاني مقارنة بالإرهاب والقضايا الأخرى، حيث تخسر البلد كل عام المئات من الناس ومحاصيل تساوي الملايين بسبب الفيضانات والجفاف والحرارة. واستهدفت دراسة "أمل العزب، وآخرين" (٢٠٢١) ^(٤٦) إلى التعرف على كيفية معالجة كل من الصحف المصرية والبريطانية لقضايا التغيرات المناخية، والتعرف على أوجه الاتفاق والاختلاف بينهما في معالجة هذه القضية، وعرض قضايا التغيرات المناخية والاتفاقيات الدولية الخاصة بها من خلال المعالجة الخبرية، كما هدفت إلى التعرف على الأشكال الصحفية المستخدمة في الصحيفتين، وقد توصلت الدراسة إلى: أن صحيفة "التايمز" اهتمت بدراسة قضية التغيرات المناخية بشكل ملحوظ، كما أنها تناولت مختلف القضايا البيئية ومدى تأثيرها وارتباطها بقضية التغيرات المناخية. بينما جاء اهتمام صحيفة "الأهرام" بدراسة تلك القضية بشكل ضئيل، بينما حاولت دراسة فلوريان كلوبفر ورينيه ويستر هولت وديتوالد جروين ^(٤٧) Florian Klopfer René Westerholt and Dietwald (2021) التعرف على الأطر المفاهيمية التي تم تطبيقها لتقييم آثار تغير المناخ في المناطق الحضرية، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدم منهج المسح، وتوصلت الدراسة إلى أن المناطق الحضرية هي من بين أكثر المناطق تضرراً من آثار تغير المناخ في الحاضر والمستقبل. وتناولت دراسة كريمة كمال عبداللطيف توفيق (٢٠٢٢) ^(٤٨) أطر تغطية المواقع الصحفية المصرية لقمة المناخ (Egypt COP 27) وشملت إطاراً مفاهيمياً لأهم المفاهيم، أطر التغطية الصحفية، قمة المناخ (COP 27)، وبينت الاهتمام العالمي بالتغيرات المناخية، التغطية الإعلامية لقمة المناخ. واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي، والمنهج المسحي وأسلوب المقارنة. وجاءت العينة من المواقع الصحفية المصرية الأربعة (الأهرام، اليوم السابع، المصري اليوم، الشروق). وتمثلت الأدوات في تحليل المضمون. واختتمت الدراسة بأهم ما جاءت به النتائج، وبعد المقارنة بين المواقع الصحفية الأربعة نجد ظهور شخصية وزيرة التخطيط والتنمية الاقتصادية في الترتيب الأول كشخصية محورية في موضوعات قمة المناخ في موقع اليوم السابع، والمصري اليوم، وتلاها في الترتيب الثاني موقع الأهرام.، بينما استهدفت دراسة (Iqbal, Khan and Hussain, 2022) ^(٤٩) التعرف على آراء الصحفيين حول التغطية الإعلامية لأزمة تغير المناخ في وسائل الإعلام الباكستانية، من خلال إجراء مقابلات متعمقة مع ٢٦ صحفياً مستولاً عن الأخبار المتعلقة بالمناخ. وجدت الدراسة أن العوامل المهنية والاقتصادية كانت من ضمن الأسباب الرئيسية لعدم اهتمام وسائل

الإعلام في باكستان بهذا الموضوع حيث أوضح الصحفيون إنهم مطالبون بكتابة تقارير عن أهم الأحداث، ونظرا لأن معظم أخبار المناخ تفتقر إلى الدراما والإثارة والعواقب السياسية - وبالتالي لم تستوف قضايا المناخ معايير اختيار الأخبار وبالتالي تم تجاهلها، كما أن وسائل الإعلام في باكستان تواجه أزمات مالية لا تتناسب مع تغطية أخبار المناخ والتي تحتاج إلى مراسلين متخصصين والكثير من الموارد. كما حاولت دراسة" مصطفى عبدالحى (٢٠٢٢) ^(٥٠) التعرف على اهتمام الصحف المصرية بقضية التغيرات المناخية ،وذلك خلال الفترة من ٢٠٢١/١١/١ حتى ٢٠٢٢/ ١ /٣٠، كما اعتمدت على الأسلوب المقارن، مستخدمة أداة تحليل المضمون ، وتوصلت الدراسة إلي اهتمام المواقع الصحفية الثلاثة - عينة الدراسة- بقضية التغيرات المناخية؛ واستحوذ التقرير الصحفي على المرتبة الأولى من بين الأشكال الصحفية الواردة في المواقع- عينة الدراسة- في تغطيته لقضية التغيرات المناخية، وذلك بنسبة ٤٩.٥٣ % في اليوم السابع، وبنسبة ٦٠.١٦ % في المصري اليوم، وبنسبة ٦٠.٤٦ % في الشروق. وسعت دراسة (Ece Baykal Fide, 2022) ^(٥١) للكشف عن تغطية أزمة المناخ في الصحافة التركية ورصد عناصر الانفصال في الخطابات، ورصد الدوافع الخطابية الكامنة وراء الانفصال بين تأثير تغير المناخ ومسؤولية من هم في مواقع السلطة السياسية، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدم منهج المسح، وانتهت الدراسة إلى أن الأخبار المتعلقة بالسياسة المناخية الوطنية تغفل أو تحجب إلى حد كبير الإشارات إلى الأسباب البشرية لتغير المناخ، وأن المسؤولية السياسية لمعالجتها تظل دون معالجة وتعفي القراء والسياسيين من اتخاذ الإجراءات. بينما استهدفت دراسة (Iqbal, Khan and Hussain 2022) ^(٥٢) التعرف على آراء الصحفيين حول التغطية الإعلامية لأزمة تغير المناخ في وسائل الإعلام الباكستانية، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدم منهج المسح، وانتهت الدراسة إلى أن العوامل المهنية والاقتصادية جاءت ضمن الأسباب الرئيسة لعدم اهتمام وسائل الإعلام الباكستانية لأزمة المناخ، حيث أوضح الصحفيون أنهم مطالبون بكتابة تقارير عن أهم الأحداث، وأن قضايا المناخ لم تستوف معايير اختيار الأخبار وبالتالي يتم تجاهلها، كما تحتاج لمراسلين متخصصين والكثير من الموارد، على العكس من الأخبار ذات الطبيعة السياسية التي تجذب جمهور أكبر. وحاولت دراسة ريم الشريف (٢٠٢٢) ^(٥٣) الكشف عن العلاقة بين التماس الجمهور المصري للمعلومات حول التغيرات المناخية من مواقع التواصل الاجتماعي، والاستراتيجيات المستخدمة في ذلك، ومدى إدراكهم لخطورة تلك التغيرات والتعرف

على اتجاهاتهم نحو استضافة مصر لقمة المناخ (COP27) في نوفمبر ٢٠٢٢، وجاءت أهم النتائج تصدر مواقع التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها Facebook مصادر المبحوثين لالتماس المعلومات حول التغيرات المناخية، وجاءت الأسباب لسرعتها في نشر المعلومات ولضعف وسائل الإعلام التقليدية في تغطية الأخبار المتعلقة بالتغيرات المناخية، وجاء شعور المبحوثين بالمخاطر التي يمكن أن تسببها التغيرات المناخية كأهم دوافع متابعتهم للأخبار.

التعقيب على الدراسات السابقة:

من خلال العرض السابق لأبرز الدراسات السابقة وثيقة الصلة بموضوع الدراسة، يمكن أن نستخلص مجموعة من الملاحظات على النحو التالي:

- من حيث المنهج المستخدم تباينت الدراسات في استخدام منهج الدراسة حيث تنوعت بين الدراسات الوصفية والتجريبية، إلا أن الدراسات الوصفية هي الغالبة، وهي تتفق مع الدراسة الحالية في استخدام المنهج الوصفي.
- استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في تحديد مشكلة الدراسة وبلورتها وبناء مقاييس الدراسة، والاستهداء إلى المراجع المختلفة، وتحديد عينة الدراسة، واستخدام المنهج المناسب، بالإضافة إلى صياغة الفروض الخاصة بالدراسة، وتحديد بعض الجوانب التي أغفلتها الدراسات السابقة والبحث فيها.
- بحثت غالبية الدراسات السابقة في فروض نظريات التأثير الإعلامي والمتعلقة باحتمالية الاستثارة للمحتوى، التشابه الدلالي، وشيوع المتعة، بالإضافة إلى إمكانية استيعاب المحتوى، وتختلف الدراسة الحالية مع هذه الدراسات حيث تحاول بحث فروض نظرية التهديدات المجتمعية.
- لقد أجمعت معظم الدراسات في السطور السابقة على أن لوسائل الإعلام أثراً واضحاً على مستوى إدراك المخاطر والخوف الجمعي، ولكن الأحكام الشخصية، والمدرجات الفردية تبقى عصية على التغير، فالمعلومات والخبرة المباشرة بالأحداث وبالأفراد الذين عايشونه تبقى عاملاً أقوى للتأثير في مدرجات الأفراد، وهو ما يدعم اتجاه الدراسة الحالية نحو قياس دور الحملات الإعلامية للتغيرات المناخية بالقنوات الفضائية المصرية في تنمية المواطنة البيئية وتوعية الجمهور بمخاطر التغيرات المناخية.
- تبين من خلال ما تم عرضه من دراسات سابقة، ندرة الدراسات التي تناولت المواطنة البيئية العالمية في ضوء الاستراتيجية الوطنية لتغير المناخ ٢٠٥٠م في مصر، فهناك الكثير من

الدراسات التي تناولت كل متغير منها على حدة في علاقته بمتغيرات أخرى، في حين لم توجد دراسة تجمع بين متغيري الدراسة، وتتفق نتائج أغلب الدراسات السابقة على أهمية المواطنة البيئية العالمية على الصعيدين العربي والعالمي خاصة في السنوات الأخيرة، كما أكدت على دور المؤسسات التعليمية في تنميتها لدى طلابها، وتفعيلها على أرض الواقع مثل دراسة السويكت (٢٠٢٢)، ودراسة عمر (٢٠٢٢)، وضرورة تضمين أبعادها في برامجها الدراسية مثل دراسة (Meerah, Halim& Nadeson (2010)، ودراسة الفتلاوي، والنائلي (٢٠٢٢)، ودراسة الضبع (٢٠٢٢)، ودعم وتشجيع الطلبة على الممارسات البيئية الصديقة للبيئة مثل دراسة (Larsen ٢٠١٤)، وإكسابهم المعارف والمهارات التي تؤهلهم للقيام بذلك مثل دراسة Kalaitisidaki (2022) & Baltsioti، ودورها في مواجهة التغيرات المناخية مثل دراسة أبو عيطه (٢٠٢٣)، ودراسة عبد الفتاح، وعبدالله، وعبد الغني (٢٠٢٣)، واتفقت معظم هذه الدراسات في توصياتها على ضرورة تفعيل البرامج الدراسية في توعية الطلاب بأهمية المواطنة البيئية العالمية ومواجهة التغيرات المناخية.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

- استفادت الباحثة من خلال الإطلاع على الدراسات السابقة في عدة أوجه تمثلت في الآتي:
- تعد بعض نتائج الدراسات السابقة في حد ذاتها حافزاً لإجراء هذه الدراسة وذلك من خلال الوقوف على أحدث النتائج التي توصل إليها الباحثون السابقون.
 - تحديد وبلورة مشكلة البحث ووضع تساؤلات وفروض الدراسة الحالية.
 - الوقوف على الإطار النظري الملائم لموضوع الدراسة.
 - كما استفادت الدراسة الحالية من تلك الدراسات في تعريف مفاهيم الدراسة واختيار بعض أدوات جمع البيانات ومقارنة النتائج.
 - الوصول إلى المراجع العربية والأجنبية التي يمكن الاستعانة بها في كتابة الدراسة الحالية.
 - التعرف على أهم طرق المعالجة الإحصائية لقياس العلاقة بين متغيرات الدراسة.
 - اختيار المنهج المناسب لتناول موضوع الدراسة، كما ساهمت الدراسات السابقة في مساعدة الباحثة فيما يتعلق بتحديد الشروط اللازمة لاختيار عينة الدراسة الميدانية.
 - بناء أدوات الدراسة: استبيان التعرض للحملات الإعلامية للتغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية ومقياس الوعي بمخاطر التغيرات المناخية ومقياس المواطنة البيئية.

الإطار النظري للدراسة: قامت الباحثة بتوظيف مدخل التهديدات المجتمعية:

مدخل التهديدات المجتمعية (مجتمع المخاطر)

برز مفهوم التهديدات المجتمعية علي يد عالم الاجتماع البريطاني جوك يونج " Jock Young" عام ١٩٦١م، بينما يرجع الفضل في تطوير مفهوم ومدخل التهديدات المجتمعية بشكل متعمق إلي العالم ستانلي كوهين "Cohen" عام ١٩٧٢م، حيث يري المدخل أن المجتمعات عرضة لبروز التهديدات المجتمعية، التي هي عبارة عن حالة أو شخص أو جماعة من الأشخاص يبرزون باعتبارهم خطر يهدد مصالح المجتمع وقيمه، وغالباً ما تقدم تلك التهديدات بشكل نمطي متكرر خلال وسائل الإعلام؛ حيث تصبح مادة ثرية للنقاش والتعليق والتحليل من قبل القارئ علي وسائل الإعلام المختلفة.

ويمكن توضيح خصائص التهديدات المجتمعية في ضوء بعض الاعتبارات التي توصل إليها عدد من الباحثين والمنظرين كما يلي⁽⁵⁴⁾:

- يركز مدخل التهديدات المجتمعية علي عنصر القلق والاهتمام بشأن سلوك فئة من فئات المجتمع أو فترة من الفترات داخل المجتمع تتضمن حدوث ظاهرة أو حدث يؤدي إلي اضطراب الأفراد وزعزعة إحساسهم بالاستقرار.
- يهتم المدخل بقدر العداوة والغضب الذي يكتنف مشاعر الأفراد تجاه مصدر الخطر أو التهديد الذي يواجههم.
- يتمتع المدخل بخاصية التلاشي والتي تعني أن المخاطر تظهر فجأة وتستمر لفترة قصيرة ثم تتلاشي ومن ثم يتلاشي الاهتمام الزائد بالحدث والضجة الإعلامية التي تصاحبه.
- وهناك خاصية الاختلال وتشير لسوء تمثيل واختلال نسب تقديم الحدث أو الصراع الذي يهدد الأفراد من خلال وسائل الإعلام حيث يصبح الحدث أو الصراع جرس إنذار بالخطر بدلاً من كونه أزمة حقيقية وقائمة بالفعل.
- ويشير مدخل التهديدات المجتمعية إلي وجود بعض العوامل التي تؤثر في بروز التهديدات المجتمعية يمكن توضيحها كالتالي⁽⁵⁵⁾:

- التصوير المقنع لوجود خطر جديد يهدد حياة أفراد المجتمع وظروف معيشتهم المعتادة، على أن يقدم فى صورة أحداث وملابس ذات صلة عالية وثيقة ببعضها البعض تؤدي فى النهاية الى تكوين أزمة متكاملة الأبعاد إلى الرأي العام.
 - حالة من الغموض والجهل النسبى لدى القائمين علي وسائل الإعلام بشأن مدى خطورة المشكلة المعروضة وأفضل الحلول وأنسبها.
 - درجة مرتفعة من التحالف بين اثنين على الأقل من العوامل الخمس المنخرطة فى تقديم وتصوير التهديد المجتمعي (السياسيون والحكومة، وجماعات الضغط والمصالح، مدعو أو مثيرو الأزمات، الشرطة والقضاء، والصحافة ووسائل الإعلام المختلفة، وأخيراً الرأي العام والجمهور).
 - بروز اهتمام وتركيز تلك الفئة من مدعى الأزمات الذين اعتمدوا من قبل وسائل الإعلام باعتبارهم متخصصين فى القضية المثارة.
 - حالة من الإجماع بين صفوف المجتمع حول خطورة المشكلة والحلول الملائمة لها.
 - وأخيراً توافر مجموعة من الحلول والعروض ربما الجاهزة والتي تقدم للرأي العام من خلال وسائل الإعلام باعتبارها الأنسب والأكثر كفاءة وتأثيراً.
- وقد قدم هال وزملاؤه "Hall&al" عام ١٩٨٧م، مفهومين آخرين يرتبطان بتوجههم نحو التركيز على ارتباط الأزمات التي يتعرض لها أى مجتمع بسياسة الدولة وأيديولوجيتها بشكل أساسى حيث أشاروا إلى أن فكرة "التقارب أو الجمع" مفهوم أساسى فى هذه العملية حيث تجمع وسائل الإعلام بين عدد من الأحداث والجماعات التي تمثل تهديدا للمجتمع حتى وإن كانوا بعيدين عن مسرح الأحداث وقتها، تجمعهم فى قارب واحد تحت مستوى "التهديد والخطر". أما المفهوم الثانى فيعنى بإلقاء الاتهام علي من يصوروا على أنهم خطر على المجتمع ، ومن ثم تبدأ مرحلة دور الدولة فى فرض عقوبات وإجراءات مشددة تبرر ما تقوم به من تصرفات⁽⁵⁶⁾.
- وتتبنى وسائل الإعلام مهمة إبراز الأحداث وفقاً لمجموعة عناصر هي كالتالي:**
- مرحلة تحديد قضية ما لتصبح مثار الاهتمام والقلق.
 - مرحلة تحديد أقلية أو جماعة ما كمصدر للتهديد أو الخطر.
 - مرحلة التقارب أو الربط من خلال إعطاء علامة مميزة لأزمة وربطها بغيرها من الأزمات والقضايا ذات الصلة.
 - مرحلة إلقاء اللوم وتبعات الأزمة على جماعة ما بشكل يجعلها كخطر مجتمعى واضح .

■ مرحلة التنبؤ بأوقات أخرى عصبية سوف يمر بها المجتمع، إذا لم تتخذ إجراءات صارمة ضد الخطر الحالي.

■ وأخيراً تأتي مرحلة المطالبة بوقفه جادة وصارمة.

وتُصنف نظرية التهديدات المجتمعية على أنها من النظريات الاجتماعية التي تصنف عملية إنتاج وتنظيم الأزمات والمخاطر التي تواجهها المجتمعات المعاصرة وقد صاغ المصطلح لأول مرة، العالم الألماني أولريش بك ؛ Beck، حيث ركز فيه على الدور الذي تمارسه وسائل الإعلام في عملية نشر المخاطر والأزمات، كما توقف فيه بك عند المصالح السياسية والأيدولوجية التي تقف وراء إنتاج وتنظيم مثل هذه النوعية من الأحداث^(٥٧)

وتعني نظرية التهديدات المجتمعية بفكرة المجتمع المهيأ للاستجابة لما قد يحمله المستقبل من مخاوف وقلق، كما أنه ذلك المجتمع المعني بفكرة الأمان لأفراده، وهي الأمور التي تستلزم درجة عالية من الاهتمام بالأزمات أو المخاطر التي قد تواجه مثل هذه النوعية من المجتمعات^(٥٨).

ومن هنا تعرف نظرية التهديدات المجتمعية على أنها الطريقة المنظمة للتعامل مع المخاطر والأزمات والشعور بعدم الأمان والتي تفرزها المجتمعات المعاصرة وتفرضها على الأفراد^(٥٩)، وتطرح نظرية التهديدات المجتمعية مجموعة من التساؤلات التي تربط فيها بشدة بين دور وسائل الإعلام في تقديم الأزمات أو المخاطر وبين تقدير الجمهور وإدراكه ثم إحساسه بالقلق والخوف جراء هذه المعالجات الإعلامية. فعلى سبيل المثال، تتساءل النظرية عن المسئول عن تقديم مثل هذه النوعية من القصص الإخبارية والدور الذي لعبه القائمون بالاتصال في هذا الإطار؟ وتحت أي ظروف أو شروط يتم تقديم هذه الأزمات؟ لمن توجه أو لا توجه الأحداث؟ ولماذا؟ ... وهكذا.

ويؤكد بك Beck (١٩٩٢) أن الأزمات يمكن أن تتبدل، أو تستقطب، أو تقدم بشكل درامي كامل أو تختفي وتقل قيمتها بقلّة المعلومات والتفاصيل المتوافرة عنها، طالما ظلت مفتوحة الأبواب والمجال للتأويلات الإعلامية ثم التأويلات والتفسيرات المرتبطة بالجمهور العام، كما أن الطرق التي يقوم بها القائمون بالاتصال بالتوسط في سلسلة العلاقة بين الأزمات والمخاطر وبين إدراك الجمهور لها، سواء بالتأييد أو المعارضة لغيرها من مؤسسات المجتمع الأخرى يحتاج إلى الكشف والتحليل للأسباب التي تقف وراء القيام بمثل هذه العمليات وآلياتها.^(٦٠) وتقود الأفكار

التي طرحها بك Beck من خلال فهم للأزمات وللمجتمع الخطر إلى تقديم تفسير نظري إلى حد ما للدور الذي تمارسه وسائل الإعلام باعتبارها مواقع قيادية في مثل هذه النوعية من الأحداث^(٦١)، من خلال:

- دورها البارز في مجال التشكيل الاجتماعي للأزمة Social Construction.
- دورها البارز كساحة للصراع والتنافس بين الأفكار والأيديولوجيات المختلفة التي تقف وراء إثارة الأزمات أو إنهاؤها في مجتمع من المجتمعات.
- دورها البارز كساحة للنقد المجتمعي لكل من تصوير هذه الأزمات وصورة المجتمع باعتباره مجتمع خطر أو متأزم Risk Society.

ويعتقد بك Beck بشدة في أن أهم ما يميز الأزمات والمخاطر التي تواجه مجتمعاتنا المعاصرة هي كونها ذات آثار كارثية مدمرة، والأهم هي أنها غير مرئية في الأغلب، وغير معروفة للجمهور العام Invisibility وهي لا تصبح عكس ذلك، إلا إذا تكونت معرفة مجتمعية حولها أو حتى نوع من الجهل والتعتيم بشأن خطورتها وطبيعة المعلومات المتعلقة بها فهي الوظيفة التي تنقلها وسائل الإعلام في الأساس وبشكل شبه حتمي، ومن هنا تصبح نظرية مجتمع المخاطر، هي نظرية العلاقة بين وسائل الإعلام ومجتمع المعلومات، وتنقل الإشكالية هنا إلى هؤلاء الذين يقومون بإنتاج مفاهيم وتعريفات الأزمة وبين هؤلاء الذين يستهلكونها^(٦٢).

وتطرح النظرية التي تناولت العلاقة بين وسائل الإعلام ومدرجات الجمهور للأزمات التي تتعرض لها مجتمعاتهم، ثم إحساسهم بالخطر أو القلق بشأن فرص الحياة المناسبة والمواتية، تطرح مجموعة من العوامل المؤثرة بشكل عام على عملية الإحساس بالخطر الجمعي، تتمثل في مجملها في النقاط التالية والتي تمثل فرضيات النظرية: ^(٦٣).

- التضخيم الاجتماعي وشدة التركيز Attention & Amplification يزداد الاهتمام بالأزمة والقلق بشأنها كلما زادت التغطية الإعلامية المخصصة لها، عبر تصوير الأحداث بطرق مختلفة منها الإحصاءات والرسوم والجرافيك أو القول بعدم القدرة على تحملها، في مقابل الإحساس بالاطمئنان النسبي كلما أشارت هذه الوسائل إلى قدرة المجتمع على تجاوزها لأسباب عديدة.
- الثقة Trust وهو العامل الأكثر أهمية وتأثيرها في متغير إدراك الأفراد للأزمات؛ حيث يتعلق الأمر بمدى ثقة الرأي العام في قدرة المنظمين، والمسؤولين وصانعي السياسة أو الصناعة

وغيرهم من ذوي المسؤولية على أداء واجباتهم على أكمل وجه، طالما اتسموا بالأمانة، الاعتراف بالخطأ والقصور، والأخذ في الاعتبار الاختلاف في وجهات النظر، ودون الاعتماد على التخمينات النسبية والعواطف المؤثرة على الرأي العام.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

- تساؤلات الدراسة:

- ١- ما حجم تعرض الجمهور للقنوات الفضائية المصرية؟
- ٢- ما حجم تعرض الجمهور للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية؟
- ٣- ما درجة اهتمام الجمهور بمتابعة الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية؟
- ٤- ما درجة ثقة الجمهور بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية كمصدر للمعلومات حول التغيرات المناخية؟
- ٥- ما درجة إدراك الجمهور المصرى لمخاطر التغيرات المناخية نتيجة التعرض للحملات الإعلامية للتغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية ؟
- ٦- ما مستوى المواطن البيئية لدى الجمهور الناتجة عن التعرض للحملات الإعلامية للتغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية؟
- ٧- ما درجة وعى الجمهور المصرى بمخاطر التغيرات المناخية نتيجة التعرض للحملات الإعلامية للتغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية ؟
- ٦- ما مدى تأثير المتغيرات الديموجرافية على مستويات تعرض الجمهور للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية؟

فروض الدراسة:

- ١- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية تبعا لاختلاف مستويات التعرض للقنوات الفضائية المصرية.

- ٢- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية تبعا لاختلاف مستويات الاهتمام بمتابعة الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية.
- ٣- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية تبعا لاختلاف مستوى الثقة بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا المناخ كمصدر للمعلومات حول التغيرات المناخية.
- ٤- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس إدراك مخاطر التغيرات المناخية تبعا لاختلاف مستويات التعرض للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية.
- ٥- توجد علاقة ارتباطية موجبة وذات دلالة إحصائية بين مستوى تعرض المبحوثين للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية ودرجة المواطنة البيئية لديهم.
- ٦- توجد علاقة ارتباطية موجبة وذات دلالة إحصائية بين مستوى تعرض المبحوثين للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية ودرجة الوعي بمخاطر التغيرات المناخية.
- ٧- تزداد درجة الوعي بمخاطر التغيرات المناخية لدى المبحوثين بزيادة درجة ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية كمصدر للمعلومات حول قضايا المناخ.
- ٨- تزداد درجة المواطنة البيئية لدى المبحوثين بزيادة درجة ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية كمصدر للمعلومات حول قضايا المناخ.
- ٩- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للحملات الإعلامية للتغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية المصرية تبعا لاختلاف المتغيرات الديموجرافية.

نوع الدراسة ومنهجها:

تتنمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تهدف إلى تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، وذلك بهدف الحصول على

معلومات كافية ودقيقة عنها دون التدخل في أسبابها أو التحكم فيها، كما تستهدف تقدير مرات تكرار حدوث هذه الظاهرة ومدى ارتباطها بظاهرة أو مجموعة أخرى من الظواهر ومن خلال ذلك سعت الدراسة الحالية إلى رصد وتحليل دور الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية في تنمية وعي الجمهور المصري بالمواطنة البيئية ومخاطر التغيرات المناخية ، وفي إطار هذه الدراسة استخدمت الباحثة **منهج المسح** بهدف مسح مستوى وعي الجمهور بالمواطنة البيئية ومخاطر التغيرات المناخية وذلك من خلال قياس حجم تعرضه للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية.

تحديد مجتمع الدراسة واختيار العينة:

تحدد مجتمع الدراسة الميدانية في الجمهور العام بكل طوائفه وشرائحه، ولجأت الباحثة إلى استخدام العينة العشوائية، وتم تطبيق استبيان يتكون من ١٣ سؤالاً، عبارة عن عدة مقاييس موضحة في التالي، بالإضافة إلى البيانات الشخصية ومتغيرات الدراسة المتمثلة في النوع (ذكور - إناث)، السن (أقل من ٣٠ سنة - من ٣٠ إلى أقل من ٤٥ - من ٤٥ فأعلى)، المستوى التعليمي (أقل من جامعي - جامعي - أعلى من جامعي)، المستوى الاجتماعي (الاقتصادي (مرتفع - متوسط - منخفض). وتم جمع بيانات الدراسة من خلال تطبيق الاستبيان إلكترونياً من خلال تصميم استمارة الاستبيان على موقع جوجل درايف، وتم تطبيق الاستبيان من خلال النشر على مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك للوصول إلى عينة الدراسة، حيث تم إطلاق الاستمارة لمدة زمنية قدرها أربعة أسابيع، والتي أسفرت عن وصول عدد مفردات العينة إلى (٦٢٦) مفردة من الجمهور المصري بجميع محافظات الجمهورية، وقد قامت الباحثة بغلق جميع أسئلة الاستبيان عند تصميمها على جوجل درايف بحيث لا يسمح للمبحوث إرسال الرد بدون الإجابة على كافة أسئلة الاستبيان، ومن ثم كانت جميع ردود المبحوثين على استمارة الاستبيان صحيحة ولا يوجد بها نسبة خطأ، وبالتالي كان حجم العينة النهائي (٦٢٦) مفردة من الجمهور المصري، وتم مراعاة المتغيرات الديموجرافية أثناء تصميم استمارة الاستبيان. وجاءت خصائص العينة على النحو التالي:

جدول رقم (١)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع، السن، المستوى التعليمي، والمستوى الاجتماعي الاقتصادي.

المتغير	المجموعات	التكرار	النسبة
النوع	ذكور	٢٩٦	٤٧.٢٨
	إناث	٣٣٠	٥٢.٧٢
السن	أقل من ٣٠ سنة	١٧٦	٢٨.١٢
	من ٣٠ إلى أقل من ٤٥	٢٣٧	٣٧.٨٦
	من ٤٥ سنة فأكثر	٢١٣	٣٤.٠٣
المستوى التعليمي	أقل من جامعي	١٥٨	٢٥.٢٤
	جامعي	٣٩٠	٦٢.٣٠
	أعلى من جامعي	٧٨	١٢.٤٦
المستوى الاجتماعي الاقتصادي	مرتفع	١٨٦	٢٩.٧١
	متوسط	٢٩١	٤٦.٤٩
	منخفض	١٤٩	٢٣.٨٠
المجموع		٦٢٦	١٠٠

- أدوات وأسلوب جمع بيانات الدراسة:

استخدمت الباحثة أداة الاستبيان لجمع بيانات الدراسة الميدانية، وتم تصميم صحيفة الاستبيان مكونة من عدة مقاييس فرعية (مقياس كثافة مشاهدة القنوات الفضائية المصرية - مقياس التعرض للحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية - مقياس مستوى الاهتمام بمتابعة الحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية - مقياس مستوى الثقة بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية كمصدر للمعلومات حول مخاطر التغير المناخي - مقياس مستوى المواطن البيئية لدى الجمهور - مقياس مستوى الوعي بمخاطر التغير المناخي لدى الجمهور - مقياس مستوى إدراك مخاطر التغير المناخي) بالإضافة إلى البيانات الشخصية والمتغيرات الديموغرافية، حيث انتهى عدد أسئلة الاستبيان إلى ١٣ سؤالاً.

- خطوات تقنين أدوات الدراسة:**أولاً: صدق الاستبيان:**

يقصد بصدق الاختبار صحته في قياس ما يدعى أنه يقيسه، والاختبار الصادق يقيس ما وضع لقياسه^(٦٤). وللتحقق من صدق الاستبيان كأداة لجمع بيانات الدراسة تم الاعتماد علي ثلاث طرق مختلفة وهي: الصدق المنطقي، الصدق الظاهري أو صدق المحكمين، صدق الاتساق الداخلي.

أ- الصدق المنطقي (صدق المحتوى):

اعتمدت الباحثة في بناء استمارة الاستبيان واختيار العبارات المكونة لأبعادها علي الدراسات السابقة التي اتخذت من الحملات الإعلامية موضوعاً لها، وكذلك اشتقت بعض عبارات الاستبيان من بعض الأدوات الخاصة بالدراسات السابقة التي تتناول قضايا التغير المناخي، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، واستكملت باقي عبارات الاستبيان من الدراسات التي تناولت أحد جوانب أو أبعاد الدراسة، ويشير هذا الاعتماد علي المصادر السابقة إلي تمتع الاستبيان بقدر مقبول ومعقول من الصدق المنطقي وأن الاستبيان صالح للتطبيق.

ب- الصدق الظاهري أو صدق المحكمين:

تم عرض استمارة الاستبيان علي مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام في الجامعات المصرية، وعددهم (١٠) محكم، وذلك بغرض دراسة مفردات كل مجال في ضوء التعريف الإجرائي له، وكذلك الهدف من الاستبيان، وقد أقر المحكمون صلاحية الاستبيان بشكل عام بعد إجراء بعض التعديلات التي اقترحها المحكمون، وقد تم الإبقاء على المفردات التي جاءت نسبة اتفاق المحكمين عليها ٩٠٪ فأكثر، وتم حذف بعض العبارات وتعديل بعضها في ضوء الملاحظات التي أبداهها المحكمون؛ حيث انتهى عدد تساؤلات الاستبيان إلى ١٣ سؤال.

ج- صدق الاتساق الداخلي للاستبيان:

تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل بعد من أبعاد الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان، وذلك لمعرفة مدى ارتباط كل بعد بالدرجة الكلية للاستبيان، ولهدف التحقق من مدى صدق الاستبيان، ويتضح ذلك من خلال الجدول التالي.

جدول رقم (٢)

معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل مقياس فرعى والدرجة الكلية للاستبيان

المجال	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
مقياس كثافة مشاهدة القنوات الفضائية المصرية	٠.٤٩٨	دالة عند ٠.٠١
مقياس التعرض للحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية	٠.٥٦٢	دالة عند ٠.٠١
مقياس مستوى الاهتمام بمتابعة الحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية	٠.٦٥٦	دالة عند ٠.٠١
مقياس مستوى الثقة بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية كمصدر للمعلومات حول مخاطر التغير المناخي	٠.٥٨٥	دالة عند ٠.٠١
مقياس مستوى المواطنة البيئية لدى الجمهور	٠.٦٤٧	دالة عند ٠.٠١
مقياس مستوى الوعي بمخاطر التغير المناخي لدى الجمهور	٠.٧٧٢	دالة عند ٠.٠١
مقياس مستوى إدراك مخاطر التغير المناخي	٠.٦٩٨	دالة عند ٠.٠١

يتبين من الجدول السابق أن أبعاد الاستبيان تتمتع بمعاملات ارتباط قوية ودالة إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من ٠.٠١، وقد تراوحت معاملات الارتباط لمجالات الاستبيان بين (٠.٤٩٨، ٠.٧٧٢) وهذا دليل كافٍ على أن الاستبيان يتمتع بمعامل صدق عالي. ثانياً: ثبات الاستبيان:

يقصد بثبات الاستبيان عادة أن يكون علي درجة عالية من الدقة والإتقان والاتساق فيما تزودنا به من بيانات عن سلوك المبحوث^(٦٥)، والاختبار الثابت هو الذي يعطي نفس النتائج (تقريباً) إذا طبق علي نفس الأشخاص في فرصتين مختلفتين^(٦٦)، وقد تم حساب معامل ثبات الاستبيان علي عينة قوامها (٥٠) مفردة، وذلك باستخدام طريقة إعادة التطبيق، وطريقة التجزئة النصفية (S.H) ومعامل ارتباط سبيرمان - براون لحساب ثبات المقاييس، وطريقة ألفا كرونباخ.

أ- طريقة إعادة التطبيق:

تم تطبيق الاستبيان على عينة مكونة من ٥٠ مفردة من الجمهور العام، ثم أعيد تطبيقه مرة أخرى على المجموعة نفسها بعد فاصل زمني قدره ثلاثة أسابيع، ثم قامت الباحثة بحساب معامل الثبات بين درجات المبحوثات في التطبيقين الأول والثاني، وقد أشارت معاملات الارتباط إلي الاتفاق بين الإجابات علي كل بعد من أبعاد الاستبيان بين التطبيقين الأول والثاني بنسبة بلغت ٠.٧١٢. ويتضح ذلك من الجدول التالي:

جدول رقم (٣)

معامل ثبات استبيان الدراسة وأبعاده المختلفة

المستوى الدلالة	معامل الثبات	البعد
دالة عند ٠.٠٠١	٠.٦٨٥	مقياس كثافة مشاهدة القنوات الفضائية المصرية
دالة عند ٠.٠٠١	٠.٧٢١	مقياس التعرض للحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية
دالة عند ٠.٠٠١	٠.٦٨٧	مقياس مستوى الاهتمام بمتابعة الحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية
دالة عند ٠.٠٠١	٠.٥٩٨	مقياس مستوى الثقة بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية كمصدر للمعلومات حول مخاطر التغير المناخي
دالة عند ٠.٠٠١	٠.٥٣٤	مقياس مستوى المواطنة البيئية لدى الجمهور
دالة عند ٠.٠٠١	٠.٦٢٣	مقياس مستوى الوعي بمخاطر التغير المناخي لدى الجمهور
دالة عند ٠.٠٠١	٠.٤٩٨	مقياس مستوى إدراك مخاطر التغير المناخي
دالة عند ٠.٠٠١	٠.٧١٢	الدرجة الكلية

يتضح من الجدول السابق مدى تقارب نسبة الثبات بين الأبعاد المختلفة، كما يتضح أن معاملات ثبات الأبعاد المختلفة قد تراوحت ما بين (٠.٤٩٨ - ٠.٧٢١) وجميعها معاملات

ثبات دالة عند مستوى ٠.٠٠١ ، كما يبين أن معامل ثبات الدرجة الكلية للاستبيان قد بلغ ٠.٧١٢ وهي نسبة توحى بالثقة في صلاحية الاستبيان كأداة لجمع بيانات الدراسة.

ب- طريقة التجزئة النصفية (S.H) ومعامل ارتباط سبيرمان - براون:

قامت الباحثة بحساب معامل ثبات كل بعد من أبعاد الاستبيان، وحساب معامل ارتباط الأبعاد المكونة للاستبيان مع بعضها وكذلك حساب معامل ارتباط الأبعاد مع الدرجة الكلية للاستبيان وفقا لطريقة التجزئة النصفية لجتمان ومعامل سبيرمان وبراون.

جدول رقم (٤)

معامل ثبات الاستبيان وأبعاده وفقا (التجزئة النصفية لجتمان - سبيرمان و براون) .

البعد	معامل ارتباط التجزئة النصفية لجتمان	معامل ارتباط سبيرمان - براون
مقياس كثافة مشاهدة القنوات الفضائية المصرية	٠.٥٤٢	٠.٥٧٤
مقياس التعرض للحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية	٠.٦٦٥	٠.٧٢٢
مقياس مستوى الاهتمام بمتابعة الحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية	٠.٥٧٨	٦٣٨
مقياس مستوى الثقة بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية كمصدر للمعلومات حول مخاطر التغير المناخى	٠.٤٣٨	٠.٥٢٤
مقياس مستوى المواطنة البيئية لدى الجمهور	٠.٧١٢	٠.٦٨٧
مقياس مستوى الوعى بمخاطر التغير المناخى لدى الجمهور	٠.٥٦٧	٠.٦٢١
مقياس مستوى إدراك مخاطر التغير المناخى	٠.٥٥٩	٠.٥٩٨
* معامل ارتباط الأبعاد مع بعضها	٠.٦٧٥	٠.٧٠٢
* ارتباط الأبعاد مع الدرجة الكلية	٠.٧٥٢	٠.٧٤٨

يتضح من الجدول السابق أن أبعاد الاستبيان حققت معاملات ثبات علي درجة معقولة ومقبولة علمياً، حيث تراوحت معاملات ثبات الأبعاد وفقا لمعامل التجزئة النصفية لجتمان ما بين ٠.٤٣٨ - ٠.٧١٢ ، بينما تراوح معامل ثبات الأبعاد وفقا لمعامل ارتباط سبيرمان - براون

ما بين ٠.٥٢٤-٠.٧٢٢، وفيما يتعلق بمعاملات ارتباط الأبعاد مع بعضها فقد كانت ٠.٦٧٥ وفقاً لمعامل ارتباط التجزئة النصفية لجتمان، بينما كانت وفقاً لمعامل سبيرمان - براون ٠.٧٠٢، وهي معاملات ثبات عالية وتدل على ثبات الأبعاد، وفيما يتعلق بمعاملات ارتباط الأبعاد مع الدرجة الكلية للاستبيان فقد كانت ٠.٧٥٢ وفقاً لمعاملات ارتباط التجزئة النصفية لجتمان، وبلغت ٠.٧٤٨ وفقاً لمعامل سبيرمان- براون وهي معاملات ثبات عالية وتشير إلى ثبات المقياس وصلاحيته للاستخدام.

ج- حساب ثبات الاستبيان بطريقة ألفا كرونباخ:

تعتمد معادلة ألفا كرونباخ على تباينات بنود المقياس، وتشتت أن تقيس بنود الاختبار سمة واحدة فقط، ولذلك قامت الباحثة بحساب معامل الثبات لكل بعد على إنفراد، ثم قامت بحساب معامل ثبات الاستبيان ككل، وقد استخدمت الباحثة البرنامج الإحصائي SPSS لحساب معاملات الثبات، حيث تبين أن قيمة ألفا كرونباخ للاستبيان ككل ٠.٦٩٨ وهذا دليل كاف على ثبات استمارة الاستبيان وصلاحيته للتطبيق.

جدول (٥)

معامل ثبات ألفا كرونباخ لأبعاد الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان

المجال	قيمة ألفا
مقياس كثافة مشاهدة القنوات الفضائية المصرية	٠.٤٧٥
مقياس التعرض للحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية	٠.٥٢٦
مقياس مستوى الاهتمام بمتابعة الحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية	٠.٦٣٢
مقياس مستوى الثقة بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية كمصدر للمعلومات حول مخاطر التغير المناخي	٠.٦٢٥
مقياس مستوى المواطنة البيئية لدى الجمهور	٠.٥٧٤
مقياس مستوى الوعي بمخاطر التغير المناخي لدى الجمهور	٠.٦٢١
مقياس مستوى إدراك مخاطر التغير المناخي	٠.٤٨٨
الدرجة الكلية للاستبيان	٠.٦٩٨

تشير البيانات في الجدول السابق إلى قيم معامل الثبات لإجابات المبحوثين، وتراوح قيمة معامل ألفا ما بين (٠.٤٧٥ - ٠.٦٣٢) وهي توحى بثبات الاستبيان، كما تشير قيمة معامل الثبات ألفا على إجمالى الاستبيان إلى ثبات الاستبيان وقدرته على قياس ما وضع لقياسه حيث بلغت قيمته ٠.٦٩٨.

منهجية قياس متغيرات الدراسة:

أ- قياس كثافة مشاهدة القنوات الفضائية المصرية: ولقياس كثافة مشاهدة القنوات الفضائية المصرية، استخدمت الباحثة مقياس مكون من ٣ أسئلة باستمارة الاستبيان عن مدى مشاهدة القنوات الفضائية المصرية، وكم يوم تشاهد القنوات الفضائية المصرية فى الأسبوع تقريباً، وكم ساعة تقضيها فى المشاهدة فى اليوم تقريباً، وتم جمع الدرجات لكل مبحوثة فنتج لدينا مقياس تراوحت درجاته بين ٣ : ١١ درجة، تم توزيعه إلى ثلاث مستويات من ٣ إلى ٥ درجات منخفض المشاهدة، من ٦ على ٨ درجات متوسط المشاهدة، ومن ٩ إلى ١١ درجة مرتفع المشاهدة.

ب- قياس كثافة التعرض للحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية: ولقياس كثافة التعرض للحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية، استخدمت الباحثة مقياس مكون من ٣ أسئلة باستمارة الاستبيان عن مدى التعرض للحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية، وكم يوم تتعرض للحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية فى الأسبوع تقريباً، وكم ساعة تقضيها فى التعرض فى اليوم تقريباً، وتم جمع الدرجات لكل مبحوثة فنتج لدينا مقياس تراوحت درجاته بين ٣ : ١١ درجة، تم توزيعه إلى ثلاث مستويات من ٣ إلى ٥ درجات منخفض التعرض، من ٦ على ٨ درجات متوسط التعرض، ومن ٩ إلى ١١ درجة مرتفع التعرض.

ج- قياس مستوى الاهتمام بمتابعة الحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية: ولقياس مستوى الاهتمام بمتابعة الحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية، تم تكوين مقياس تجميعى مكون من (٨) عبارات، وتأخذ الإجابة على كل عبارة الاختيار بين ثلاث بدائل (موافق، محايد، معارض)، وتأخذ التصحيحات (١، ٢، ٣) على التوالى، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث وتراوحت الدرجات بين ٨ إلى ٢٤ درجة، تم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول مستوى

منخفض من الاهتمام ويحصل على الدرجة ٨ إلى ١٣، والثاني مستوى متوسط ويحصل على الدرجة من ١٤ إلى ١٩، والثالث مستوى مرتفع ويحصل على الدرجة من ٢٠ إلى ٢٤.

د- مقياس مستوى الثقة بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية كمصدر للمعلومات حول مخاطر التغير المناخي: ولقياس مستوى الثقة بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية كمصدر للمعلومات حول مخاطر التغير المناخي، قامت الباحثة بإعداد مقياس يحتوى من (٨) عبارات، وتأخذ الإجابة على كل عبارة الاختيار بين ثلاث بدائل (موافق، محايد، معارض)، وتأخذ التصحيحات (٣، ٢، ١) على التوالي، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث وتراوحت الدرجات بين ٨ إلى ٢٤ درجة، تم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول مستوى منخفض ويحصل على الدرجة ٨ إلى ١٣، والثاني مستوى متوسط ويحصل على الدرجة من ١٤ إلى ١٩، والثالث مستوى مرتفع ويحصل على الدرجة من ٢٠ إلى ٢٤.

هـ- قياس مستوى إدراك مخاطر التغير المناخي: ولقياس مستوى إدراك مخاطر التغير المناخي، قامت الباحثة بإعداد مقياس يحتوى من (٨) عبارات، وتأخذ الإجابة على كل عبارة الاختيار بين ثلاث بدائل (موافق، محايد، معارض)، وتأخذ التصحيحات (٣، ٢، ١) على التوالي، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث وتراوحت الدرجات بين ٨ إلى ٢٤ درجة، تم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول مستوى منخفض ويحصل على الدرجة ٨ إلى ١٣، والثاني مستوى متوسط ويحصل على الدرجة من ١٤ إلى ١٩، والثالث مستوى مرتفع ويحصل على الدرجة من ٢٠ إلى ٢٤.

و- قياس مستوى المواطنة البيئية لدى الجمهور: ولقياس مستوى المواطنة البيئية لدى الجمهور قامت الباحثة بإعداد مقياس يحتوى على ١٠ عبارات بطريقة ليكرت الثلاثية، ويتم الإجابة عليها من خلال الاختيار بين ثلاثة بدائل (موافق، محايد، معارض) وتأخذ التصحيحات (٣، ٢، ١) على التوالي، وبناءً على ذلك تم حساب درجات كل مبحوث، فنتج لدينا مقياس تتراوح درجاته ما بين ١٠ : ٣٠ درجة، تم تقسيمه إلى ثلاث مستويات، الأول مستوى منخفض ويحصل على الدرجة ١٠ إلى ١٦، والثاني مستوى متوسط ويحصل على الدرجة من ١٧ إلى ٢٣، والثالث مستوى مرتفع ويحصل على الدرجة من ٢٤ إلى ٣٠.

ز- مقياس مستوى الوعي بمخاطر التغير المناخي لدى الجمهور: ولقياس مستوى الوعي بمخاطر التغير المناخي لدى الجمهور قامت الباحثة بإعداد مقياس يحتوى على ١٠ عبارات بطريقة ليكرت الثلاثية، ويتم الإجابة عليها من خلال الاختيار بين ثلاثة بدائل (موافق، محايد، معارض) وتأخذ التصحيحات (٣، ٢، ١) على التوالي، وبناءً على ذلك تم حساب درجات كل مبحوث، فنتج لدينا مقياس تتراوح درجاته ما بين ١٠ : ٣٠ درجة ، تم تقسيمه إلى ثلاث مستويات، الأول مستوى منخفض ويحصل على الدرجة ١٠ إلى ١٦، والثاني مستوى متوسط ويحصل على الدرجة من ١٧ إلى ٢٣، والثالث مستوى مرتفع ويحصل على الدرجة من ٢٤ إلى ٣٠.

الأساليب الإحصائية المستخدمة لمعالجة البيانات :

لاستخراج نتائج الدراسة قامت الباحثة باستخدام البرنامج الإحصائي (spss) حيث استخدمت بعض الأساليب الإحصائية التي تتلاءم وطبيعة البيانات المطلوبة مثل:

- ١- التكرارات البسيطة والنسب المئوية .
- ٢- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية .
- ٣- تحليل التباين ذي البعد الواحد One Way Analysis of Variance ANOVA لدراسة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية للمجموعات في أحد متغيرات الدراسة.
- ٤- الاختبارات البعدية Post Hoc Tests بطريقة أقل فرق معنوي Least Significance Difference والمعروف بـ L.S.D لمعرفة مصدر التباين بين المجموعات التي يؤكد تحليل التباين علي وجود فرق بينها.
- ٥- معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من متغيرات الدراسة .
- ٦- اختبار "ت" T.Test للمجموعات المستقلة لدراسة الفروق بين المتوسطين الحسابيين لمجموعتين من المبحوثين علي أحد متغيرات الدراسة .
- ٧- اختبار كا ٢ لجدول التوافق لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الأسمى .
- ٨- معامل التوافق (Contingency Coefficient) الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من ٢×٢ .
- ٩- معامل ارتباط ألفا كرونباخ للتحقق من صدق أداة الدراسة.

نتائج الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية فى تنمية وعي الجمهور المصرى بالمواطنة البيئية ومخاطر التغيرات المناخية، وفي إطار منهج المسح تم ملء استمارة الاستبيان من خلال التطبيق الإلكتروني لعينة الدراسة وقوامها (٦٢٦) مفردة وتم مراعاة المتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة، وفيما يلي تعرض الباحثة أهم نتائج الدراسة الميدانية التي أجريت على عينة من الجمهور المصرى، وذلك للإجابة عن تساؤلات الدراسة، وهو ما يعكس سمات وخصائص العينة في علاقتها بالقنوات الفضائية المصرية، الأمر الذي يساعد في معرفة العلاقة بين تعرض الجمهور للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية وتنمية الوعي بالمواطنة البيئية ومخاطر التغيرات المناخية. وقد أسفر تحليل استجابات المبحوثين التي تضمنتها بيانات صحيفة الاستبيان بعد عملية الجدولة والتصنيف عن بيانات كمية دعمت الثقة في النتائج وموضوعيتها، كما ساعدت علي تحقق أهداف الدراسة والإجابة علي تساؤلاتها.

١ - كثافة مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية المصرية:

جدول (٦)

كثافة مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية المصرية وفقا للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مرتفع	١١٧	٣٩.٥٣	١٩٧	٥٩.٧٠	٣١٤	٥٠.١٦
متوسط	١٣٤	٤٥.٢٧	٩٨	٢٩.٧٠	٢٣٢	٣٧.٠٦
منخفض	٤٥	١٥.٢٠	٣٥	١٠.٦١	٨٠	١٢.٧٨
الإجمالي	٢٩٦	١٠٠	٣٣٠	١٠٠	٦٢٦	١٠٠

قيمة كا^٢ = ٢٥.٤٤٧ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.١٩٨ مستوى

الدلالة = دالة عند ٠.٠٠١

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢ ، وجد أنها = ٢٥.٤٤٧ وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، أى أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.١٩٨ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) وكثافة مشاهدة الجمهور للقنوات الفضائية المصرية (مرتفع - متوسط - منخفض). وتشير

النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن المبحوثين مرتفعى مستوى مشاهدة لقنوات الفضائية المصرية بلغت نسبتهم ٥٥٠.١٦٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٣٩.٥٣٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور فى مقابل ٥٩.٧٠٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة المبحوثين متوسطى مستوى مشاهدة لقنوات الفضائية المصرية ٣٧.٠٦٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٤٥.٢٧٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور فى مقابل ٢٩.٧٠٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاءت نسبة المبحوثين منخفضى مستوى مشاهدة لقنوات الفضائية المصرية ١٢.٧٨٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ١٥.٢٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور فى مقابل ١٠.٦١٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث. ويمكن تفسير إرتفاع كثافة مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية، حيث أن أحد العوامل المهمة التى تسهم فى زيادة فعالية التليفزيون وتأثيره على الأفراد هى العوامل التكنولوجية المتطورة للأخبار التليفزيونية، مما جعل التليفزيون وسيطاً مهماً بين الفرد والمجتمع، لذلك فإن صناعة الأخبار قد تكون ذات دلالة إيجابية أو سلبية لكبار المسؤولين والصفوة فى المجتمع، فهى وسيلة قوية لعرض أفكارهم وسياسة أحزابهم، وهو ما جعل للتليفزيون بما يمتلكه من عوامل تكنولوجية ومرئية مصداقية تفوق مصداقية الصحف (Bracken Cheryl, 2006) (٦٧).

٢- كثافة تعرض المبحوثين للحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية المصرية.

جدول (٧)

كثافة تعرض المبحوثين للحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية المصرية وفقاً للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مرتفع	١٦٨	٥٦.٧٦	١٢٤	٣٧.٥٨	٢٩٢	٤٦.٦٥
متوسط	١١٠	٣٧.١٦	١٥٢	٤٦.٠٦	٢٦٢	٤١.٨٥
منخفض	١٨	٦.٠٨	٥٤	١٦.٣٦	٧٢	١١.٥٠
الإجمالي	٢٩٦	١٠٠	٣٣٠	١٠٠	٦٢٦	١٠٠

قيمة كا^٢ = ٢٩.٦٠٤ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.٢١٢ مستوى
الدلالة = دالة عند ٠.٠٠١

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢ ، وجد أنها = ٢٩.٦٠٤ وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠١، أى أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٢١٢ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) وكثافة تعرض الجمهور للحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية المصرية (مرتفع - متوسط - منخفض). وتشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن المبحوثين مرتفعى مستوى التعرض للحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية المصرية بلغت نسبتهم ٤٦.٦٥٪ من إجمالى مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٥٦.٧٦٪ من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٣٧.٥٨٪ من إجمالى مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة المبحوثين متوسطى مستوى التعرض للحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية المصرية ٤١.٨٥٪ من إجمالى مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٣٧.١٦٪ من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٤٦.٠٦٪ من إجمالى مفردات عينة الإناث، وجاءت نسبة المبحوثين منخفضى مستوى التعرض للحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية المصرية ١١.٥٠٪ من إجمالى مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٦.٠٨٪ من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ١٦.٣٦٪ من إجمالى مفردات عينة الإناث. كما يؤكد البعض أن من أسباب تكرار التعرض للحصول على معلومات معينة (الرسالة) سببه ثقة الجمهور فى الوسيلة التى تقدم له مضمون صادق، فقد أشارت الأبحاث الأولية التى أجريت لتحديد مصداقية وسائل الإعلام، أن زيادة تعرض الجمهور واستخدامه لوسائل الإعلام غالباً ما يصاحبه تدعيم فى مستوى المصداقية، وهو ما أكدته (Nozato,2012)

(٦٨)

٢- أهم الحملات الإعلامية البيئية حول التغيرات المناخية التي تعرض لها الجمهور عبر القنوات الفضائية المصرية.

جدول (٨)

قيمة Z لدلالة الفروق بين الحملات الإعلامية البيئية حول التغيرات المناخية التي تعرض لها الجمهور عبر القنوات الفضائية المصرية وفقاً للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة Z	الدالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
حملة " رجع الطبيعة لطبيعتها"	١٩٨	٦٦.٨٩	٢١٧	٦٥.٧٦	٤١٥	٦٦.٢٩	٠.٣٠٠	غير دالة
الحوار الوطنى للتوعية بقضية التغيرات المناخية	١٨٩	٦٣.٨٥	٢١٩	٦٦.٣٦	٤٠٨	٦٥.١٨	٠.٦٥٨	غير دالة
حملة أتحضر للأخضر	١٧٤	٥٨.٧٨	١٩٨	٦٠.٠٠	٣٧٢	٥٩.٤٢	٠.٣٠٩	غير دالة
مبادرة E- Tadweer للتخلص الآمن من المخلفات الإلكترونية	١٥١	٥١.٠١	١٧٢	٥٢.١٢	٣٢٣	٥١.٦٠	٠.٢٧٧	غير دالة
حملة إيكو إيجيب	١٤٤	٤٨.٦٥	١٥٥	٤٦.٩٧	٢٩٩	٤٧.٧٦	٠.٤٢٠	غير دالة
حملة حكاوى من ناسها	١٣٢	٤٤.٥٩	١٣٩	٤٢.١٢	٢٧١	٤٣.٢٩	٠.٦٢٣	غير دالة
حملة ترويجية لمحميات جنوب سيناء تحت شعار " ECO South Sinai"	١٣٢	٤٤.٥٩	١٣٧	٤١.٥٢	٢٦٩	٤٢.٩٧	٠.٧٧٦	غير دالة
حملة حماية البيئة البحرية بالبحر الأحمر	١٣١	٤٤.٢٦	١٢٥	٣٧.٨٨	٢٥٦	٤٠.٨٩	١.٦١٩	غير دالة
الإجمالي	٢٩٦		٣٣٠		٦٢٦			

تشير بيانات الجدول السابق إلى قيمة Z لدلالة الفروق بين الحملات الإعلامية البيئية حول التغيرات المناخية التي تعرض لها الجمهور عبر القنوات الفضائية المصرية وفقاً للنوع، حيث

جاء في الترتيب الأول حملة " رجع الطبيعة لطبيعتها"، وذلك بنسبة بلغت ٦٦.٢٩٪ من إجمالي عدد الموضوعات، وجاءت تلك النسبة، موزعة بين ٦٦.٨٩٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٥.٧٦٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٣٠٠ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥٪. وجاء في الترتيب الثانى الحوار الوطنى للتوعية بقضية التغيرات المناخية، وذلك بنسبة بلغت ٦٥.١٨٪ من إجمالي عدد الموضوعات، وجاءت تلك النسبة، موزعة بين ٦٣.٨٥٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٦.٣٦٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٦٥٨ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥٪. وجاء فى الترتيب الثالث حملة أتحضر للأخضر، وذلك بنسبة بلغت ٥٩.٤٢٪ من إجمالي عدد الموضوعات، وجاءت تلك النسبة، موزعة بين ٥٨.٧٨٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور فى مقابل ٦٠.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٣٠٩ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥٪. وجاء فى الترتيب الرابع مبادرة E-Tadweer للتخلص الآمن من المخلفات الإلكترونية، وذلك بنسبة بلغت ٥١.٦٠٪ من إجمالي عدد الموضوعات، وجاءت تلك النسبة، موزعة بين ٥١.٠١٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور فى مقابل ٥٢.١٢٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٢٧٧ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥٪. وجاء فى الترتيب الخامس حملة إيكو إيجيبت، وذلك بنسبة بلغت ٤٧.٧٦٪ من إجمالي عدد الموضوعات، وجاءت تلك النسبة، موزعة بين ٤٨.٦٥٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور فى مقابل ٤٦.٩٧٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٤٢٠ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥٪.

٣- موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى الاهتمام بمتابعة الحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية.

جدول رقم (٩)

موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى الاهتمام بمتابعة الحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية.

درجة الاهتمام	الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نادراً		أحياناً		دائماً		درجة الاهتمام	العبارة
				%	ك	%	ك	%	ك		
مرتفع	٧	٠.٦٨	٢.٢٨	١٢.٩٤	٨١	٤٦.٤٩	٢٩١	٤٠.٥٨	٢٥٤		أهتم بمتابعة الحملات الإعلامية حول التغيرات المناخية بالقنوات الفضائية المصرية.
مرتفع	٦	٠.٦٥	٢.٤١	٨.٩٥	٥٦	٤٠.٨٩	٢٥٦	٥٠.١٦	٣١٤		أشارك برأيي حول كل ما يقدم من حملات توعية حول التغيرات المناخية من خلال نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
مرتفع	٤	٠.٥٩	٢.٥٤	٥.٢٧	٣٣	٣٤.٩٨	٢١٩	٥٩.٧٤	٣٧٤		أحرص على متابعة الحملات الإعلامية البيئية ذات الصلة بالتغيرات المناخية في القنوات الفضائية المصرية
مرتفع	٤	٠.٦٨	٢.٥٤	١٠.٥٤	٦٦	٢٥.٠٨	١٥٧	٦٤.٣٨	٤٠٣		أهتم بالإلمام بالأحداث الجارية التي تتعلق بشأن التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية
مرتفع	٢	٠.٥٦	٢.٦٤	٣.٨٣	٢٤	٢٨.٥٩	١٧٩	٦٧.٥٧	٤٢٣		أحرص على اكتساب معلومات جديدة بشأن التغيرات المناخية من

خلال الحملات الإعلامية ولا أجدها في أي وسيلة أخرى									
أهتم بتسجيل بعض الحملات الإعلامية حول التغيرات المناخية التي تعرض بالقنوات الفضائية المصرية	٤٣٢	٦٩.٠١	١٥٢	٢٤.٢٨	٤٢	٦.٧١	٢.٦٢	٠.٦١	٣ مرتفع
أتناقش مع الأصدقاء حول الحملات الإعلامية البيئية المتعلقة بالتغيرات المناخية	٤٥٦	٧٢.٨٤	١٢٨	٢٠.٤٥	٤٢	٦.٧١	٢.٦٦	٠.٦٠	١ مرتفع
أحرص على متابعة كل ما هو جديد حول قضية التغيرات المناخية	٣٣٧	٥٣.٨٣	٢٤٤	٣٨.٩٨	٤٥	٧.١٩	٢.٤٧	٠.٦٣	٥ مرتفع
جملة من سئلوا	ن = ٦٢٦								٢.٥٢
								٠.٦٢	-- مرتفع

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى الاهتمام بمتابعة الحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢.٥٢، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات أتناقش مع الأصدقاء حول الحملات الإعلامية البيئية المتعلقة بالتغيرات المناخية حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٦٦، وجاءت أحرص على اكتساب معلومات جديدة بشأن التغيرات المناخية من خلال الحملات الإعلامية ولا أجدها في أي وسيلة أخرى في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٦٤، وجاءت أهتم بتسجيل بعض الحملات الإعلامية حول التغيرات المناخية التي تعرض بالقنوات الفضائية المصرية في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٦٢، وجاءت أحرص على متابعة الحملات الإعلامية البيئية ذات الصلة بالتغيرات المناخية في القنوات الفضائية المصرية، أهتم بالإلمام بالأحداث الجارية التي تتعلق بشأن التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية في الترتيب

الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى ٢.٥٤، وجاءت أحرص على متابعة كل ما هو جديد حول قضية التغيرات المناخية فى الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى ٢.٤٧، وجاءت أشارك برأى حول كل ما يقدم من حملات توعية حول التغيرات المناخية من خلال نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعى فى الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابى ٢.٤١.

- مستوى اهتمام المبحوثين بمتابعة الحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية.

جدول (١٠)

مستوى اهتمام المبحوثين بمتابعة الحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية وفقاً للنوع

النوع	مستوى الاهتمام		ذكور		إناث		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مرتفع	٧٧	٢٦.٠١	١٧٧	٥٣.٦٤	٢٥٤	٤٠.٥٨		
متوسط	١٦٥	٥٥.٧٤	١٢٦	٣٨.١٨	٢٩١	٤٦.٤٩		
منخفض	٥٤	١٨.٢٤	٢٧	٨.١٨	٨١	١٢.٩٤		
الإجمالى	٢٩٦	١٠٠	٣٣٠	١٠٠	٦٢٦	١٠٠		

قيمة كا^٢ = ٥١.٩٠٣ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.٢٧٧ مستوى

الدلالة = دالة عند ٠.٠٠٠١

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢ ، وجد أنها = ٥١.٩٠٣ وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠١، أى أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٢٧٧ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) ومستوى اهتمام المبحوثين بمتابعة الحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية (مرتفع - متوسط - منخفض). وتشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن المبحوثين مرتفعى مستوى الاهتمام بمتابعة الحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية بلغت نسبتهم ٤٠.٥٨٪ من إجمالى مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٢٦.٠١٪ من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٥٣.٦٤٪ من إجمالى مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة المبحوثين متوسطى مستوى الاهتمام ٤٦.٤٩٪ من إجمالى مفردات

عينة الدراسة موزعة بين ٥٥.٧٤٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٨.١٨٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاءت نسبة المبحوثين منخفضى مستوى الاهتمام ١٢.٩٤٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ١٨.٢٤٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٨.١٨٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.

٤ - موقف المبحوثين حول العبارات التى تقيس مستوى الثقة بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية كمصدر للمعلومات حول مخاطر التغير المناخى.

جدول رقم (١١)

موقف المبحوثين حول العبارات التى تقيس مستوى الثقة بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية كمصدر للمعلومات حول مخاطر التغير المناخى.

درجة الثقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نادراً		أحياناً		دائماً		درجة الثقة	العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك		
متوسط	٣	٠.٥٧	٢.٦٧	٥.٢٧	٣٣	٢٢.٠٤	١٣٨	٧٢.٦٨	٤٥٥	أرى أن الحملات الإعلامية التوعوية عن التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية أكثر مصداقية في نشر المعلومات عن التغيرات المناخية
مرتفع	٨	٠.٦٦	٢.٤٤	٩.١١	٥٧	٣٧.٣٨	٢٣٤	٥٣.٥١	٣٣٥	الحملات الإعلامية التوعوية عن التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية تعمق بشكل أكبر من الوسائل الأخرى في التوعية حول قضايا المناخ
مرتفع	٧	٠.٦٤	٢.٤٩	٨.١٥	٥١	٣٥.١٤	٢٢٠	٥٦.٧١	٣٥٥	تتحرى الحملات الإعلامية التوعوية عن

										التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية بدقة في كل ما تقدمه من معلومات حول تغيرات المناخ
مرتفع	٦	٠.٦٠	٢.٥٢	٥.٢٧	٣٣	٣٧.٠٦	٢٣٢	٥٧.٦٧	٣٦١	تدعيم الحملات الإعلامية التوعوية عن التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية بإحصائيات وبيانات مهمة
مرتفع	٥	٠.٦٤	٢.٥٣	٨.١٥	٥١	٣٠.٣٥	١٩٠	٦١.٥٠	٣٨٥	أقوم بإعادة نشر الحملات الإعلامية التوعوية عن التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية من خلال صفحتي الشخصية عبر منصات التواصل وتوثيق مصدره
مرتفع	١	٠.٥٣	٢.٧٣	٤.٣١	٢٧	١٨.٦٩	١١٧	٧٧.٠٠	٤٨٢	تستخدم الحملات الإعلامية التوعوية عن التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية أساليب منطقية وعاطفية في عرض المعلومات
مرتفع	٢	٠.٥٤	٢.٧٠	٣.٨٣	٢٤	٢٢.٣٦	١٤٠	٧٣.٨٠	٤٦٢	الحملات الإعلامية التوعوية عن التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية هي الأفضل في التوعية لأنها تستخدم أكثر من وسيلة في وقت

واحد										
تتمتع الحملات الإعلامية التوعوية عن التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية بقبول جيد لدى متابعيها من المشاهدين	٤٤٤	٧٠.٩٣	١٤٩	٢٣.٨٠	٣٣	٥.٢٧	٢.٦٦	٠.٥٨	٤	مرتفع
جملة من سئلوا	ن = ٦٢٦									مرتفع
									٠.٥٩	٢.٥٩
									--	مرتفع

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى الثقة بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية كمصدر للمعلومات حول مخاطر التغير المناخي، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢.٥٩، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع ومتوسط، وجاء في مقدمة هذه العبارات تستخدم الحملات الإعلامية التوعوية عن التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية أساليب منطقية وعاطفية في عرض المعلومات حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٧٣، وجاءت الحملات الإعلامية التوعوية عن التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية هي الأفضل في التوعية لأنها تستخدم أكثر من وسيلة في وقت واحد في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٧٠، وجاءت أرى أن الحملات الإعلامية التوعوية عن التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية أكثر مصداقية في نشر المعلومات عن التغيرات المناخية في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٦٧، وجاءت تتمتع الحملات الإعلامية التوعوية عن التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية بقبول جيد لدى متابعيها من المشاهدين في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٦٦، وجاءت أقوم بإعادة نشر الحملات الإعلامية التوعوية عن التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية من خلال صفحاتي الشخصية عبر منصات التواصل وتوثيق مصدره في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٣، وجاءت تدعيم الحملات الإعلامية التوعوية عن التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية بإحصائيات وبيانات مهمة في الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢.٥٢، وجاءت تتحرى الحملات الإعلامية التوعوية عن التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية الدقة في كل ما تقدمه من معلومات حول تغيرات المناخ في

الترتيب السابع حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢.٤٩، وجاءت الحملات الإعلامية التوعوية عن التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية تعمق بشكل أكبر من الوسائل الأخرى في التوعية حول قضايا المناخ في الترتيب الثامن حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢.٤٤. ويتفق هذا مع ما جاءت به نظرية التهديدات المجتمعية، حيث ترى أن الثقة Trust وهو العامل الأكثر أهمية وتأثيرها في متغير إدراك الأفراد للآزمات؛ حيث يتعلق الأمر بمدى ثقة الرأي العام في قدرة المنظمين، والمسؤولين وصانعي السياسة أو الصناعة وغيرهم من ذوي المسؤولية على أداء واجباتهم على أكمل وجه، طالما اتسموا بالأمانة، الاعتراف بالخطأ والقصور، والأخذ في الاعتبار الاختلاف في وجهات النظر، ودون الاعتماد على التخمينات النسبية والعواطف المؤثرة على الرأي العام.

- مستوى ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية كمصدر للمعلومات حول مخاطر التغير المناخي.

جدول (١٢)

مستوى ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية كمصدر للمعلومات حول مخاطر التغير المناخي وفقا للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مرتفع	٢١٥	٧٢.٦٤	٢٤٠	٧٢.٧٣	٤٥٥	٧٢.٦٨
متوسط	٦٦	٢٢.٣٠	٧٢	٢١.٨٢	١٣٨	٢٢.٠٤
منخفض	١٥	٥.٠٧	١٨	٥.٤٥	٣٣	٥.٢٧
الإجمالي	٢٩٦	١٠٠	٣٣٠	١٠٠	٦٢٦	١٠٠

قيمة كا^٢ = ٠.٠٦١ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.٠١٠ مستوى الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢ ، وجد أنها = ٠.٠٦١ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٥، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٠١٠ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) ومستوى ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية كمصدر للمعلومات حول مخاطر التغير المناخي (مرتفع -

متوسط - منخفض). وتشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن المبحوثين مرتفعى مستوى الثقة بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية كمصدر للمعلومات حول مخاطر التغير المناخى بلغت نسبتهم ٧٢.٦٧٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٧٢.٦٤٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور فى مقابل ٧٢.٧٣٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة المبحوثين متوسطى مستوى الثقة ٢٢.٠٤٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٢٢.٣٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور فى مقابل ٢١.٨٢٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاءت نسبة المبحوثين منخفضى مستوى الثقة ٥.٢٧٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٥.٠٧٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور فى مقابل ٥.٤٥٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث. وهذا يتفق مع معايير المصادقية، حيث أن نوع القضية التى يتم تناولها فى تلك الوسائل يعد عاملاً مؤثراً فى مصادقية الجمهور، وذلك من حيث كون هذه القضية موضوعاً خلافياً أو جدلياً أو موضوعاً متفقاً عليه، أو أن الموضوع يرتبط بأوقات الأزمات والصراعات أم يرتبط بالأوقات العادية، حيث أظهرت التطبيقات أن مصادقية وسائل الإعلام تقل عندما يزداد الجدل حول قضية أو موضوع ما، أو كون هذه القضية تأتى فى أوقات الأزمات والصراعات والكوارث والحروب، دون تجاهل أن طبيعة الموضوع وارتباطه بالقضايا المحلية أو الإقليمية أو العالمية له دور كبير فى تحديد مصادقيته، حيث تزداد مصادقية الموضوعات كلما ازداد اقترابها من حياة الجمهور واهتماماته^(٦٩).

٥ - موقف المبحوثين حول العبارات التى تقيس مستوى إدراك المبحوثين لمخاطر التغير المناخى.

جدول رقم (١٣)

موقف المبحوثين حول العبارات التى تقيس مستوى إدراك المبحوثين لمخاطر التغير المناخى.

درجة الإدراك	دائماً		أحياناً		نادراً		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ت.ح	درجة الإدراك
	ك	%	ك	%	ك	%				
ستطيع وصف مشكلة تغير المناخي وصفاً دقيقاً باستخدام عبارات لغوية تامة المعنى وثرية المصطلحات وثيقة	٣٤٦	٥٥.٢٧	٢٢٣	٣٥.٦٢	٥٧	٩.١١	٢.٤٦	٠.٦٦	٦	مرتفع

الصلة									
يعرف الأسباب والآثار الطبيعية والبشرية المرتبطة بظاهرة التغير المناخي ويستطيع ربطها بالنظام الإيكولوجي	٣٨٩	٦٢.١٤	١٩٢	٣٠.٦٧	٤٥	٧.١٩	٢.٥٥	٠.٦٣	٤ مرتفع
لديه إدراك تام بأسباب وآثار التغير المناخي ويستطيع معرفة القيم النفعية المباشرة التي تعود على الملتزمين بقواعد المحافظة على البيئة	٣٢٢	٥١.٤٤	٢٥١	٤٠.١٠	٥٣	٨.٤٧	٢.٤٣	٠.٦٤	٧ مرتفع
يدرك قيمة التزام الفرد والجماعة والمجتمع بالقواعد، ويدرك أهمية التعاون الإقليمي والدولي لمواجهة مشكلة التغير المناخي.	٣٦٩	٥٨.٩٥	٢١٥	٣٤.٣٥	٤٢	٦.٧١	٢.٥٢	٠.٦٢	٥ مرتفع
لديه إدراك تام بالنتائج المترتبة على التغير المناخي ويستطيع معرفة القيم النفعية المباشرة التي تعود على الملتزمين بقواعد المحافظة على البيئة	٤٠٤	٦٤.٥٤	١٩٠	٣٠.٣٥	٣٢	٥.١١	٢.٥٩	٠.٥٩	٢ مرتفع
لديه قدرة على استنتاج الواجبات التي ينبغي عليه فعلها من أجل الحفاظ على البيئة وتجنب مخاطر التغير	٣٩٣	٦٢.٧٨	١٨٨	٣٠.٠٣	٤٥	٧.١٩	٢.٥٦	٠.٦٣	٣ مرتفع

المناخى									
يستطيع أن يشرح للآخرين مخاطر التغير المناخى والآثار المترتبة على التغير المناخى وكيفية مواجهتها	٤١٦	٦٦.٤٥	١٧١	٢٧.٣٢	٣٩	٦.٢٣	٢.٦٠	٠.٦٠	١ مرتفع
لديه القدرة على المساهمة فى حملات التطوع للتوعية بمخاطر التغير المناخى	٤١٥	٦٦.٢٩	١٧٠	٢٧.١٦	٤١	٦.٥٥	٢.٦٠	٠.٦١	١ مرتفع
جملة من سؤلوا	ن = ٦٢٦								٠.٦٢ ٢.٥٤ -- مرتفع

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التى تقيس مستوى إدراك المبحوثين لمخاطر التغير المناخى، التى جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابى ٢.٥٤، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع ومتوسط، وجاء فى مقدمة هذه العبارات يستطيع أن يشرح للآخرين مخاطر التغير المناخى والآثار المترتبة على التغير المناخى وكيفية مواجهتها ، لديه القدرة على المساهمة فى حملات التطوع للتوعية بمخاطر التغير المناخى حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى ٢.٦٠، وجاءت لديه إدراك تام بالنتائج المترتبة على التغير المناخى ويستطيع معرفة القيم النفعية المباشرة التى تعود على الملتزمين بقواعد المحافظة على البيئة فى الترتيب الثانى حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى ٢.٥٩، وجاءت لديه قدرة على استنتاج الواجبات التى ينبغى عليه فعلها من اجل الحفاظ على البيئة وتجنب مخاطر التغير المناخى فى الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى ٢.٥٦، وجاءت يعرف الأسباب والآثار الطبيعية والبشرية المرتبطة بظاهرة التغير المناخى ويستطيع ربطها بالنظام الإيكولوجى فى الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى ٢.٥٥، وجاءت يدرك قيمة التزام الفرد والجماعة والمجتمع بالقواعد، ويدرك أهمية التعاون الإقليمى والدولى لمواجهة مشكلة التغير المناخى فى الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى ٢.٥٢، وجاءت يستطيع وصف مشكلة التغير المناخى وصفاً دقيقاً باستخدام عبارات لغوية تامة المعنى وثرية بالمصطلحات وثيقة الصلة فى الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة

بمتوسط حسابى ٢.٤٦، وجاءت لديه إدراك تام بأسباب وآثار التغير المناخي ويستطيع معرفة القيم النفعية المباشرة التي تعود على الملتزمين بقواعد المحافظة على البيئة فى الترتيب السابع حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابى ٢.٤٣.

- مستوى إدراك المبحوثين لمخاطر التغير المناخى.

جدول (١٤)

مستوى إدراك المبحوثين لمخاطر التغير المناخى وفقا للنوع

النوع		ذكور		إناث		الإجمالى	
		ك	%	ك	%	ك	%
مرتفع		١٤٦	٤٩.٣٢	٢٠٠	٦٠.٦١	٣٤٦	٥٥.٢٧
متوسط		١٢٤	٤١.٨٩	٩٩	٣٠.٠٠	٢٢٣	٣٥.٦٢
منخفض		٢٦	٨.٧٨	٣١	٩.٣٩	٥٧	٩.١١
الإجمالى		٢٩٦	١٠٠	٣٣٠	١٠٠	٦٢٦	١٠٠

قيمة كا^٢ = ٩.٨٥١ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.١٢٤ مستوى الدلالة

= دالة عند ٠.٠١

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ٩.٨٥١ وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، أى أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.١٢٤ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) ومستوى إدراك المبحوثين لمخاطر التغير المناخى (مرتفع - متوسط - منخفض). وتشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن المبحوثين مرتفعى مستوى إدراك المبحوثين لمخاطر التغير المناخى بلغت نسبتهم ٥٥.٢٧٪ من إجمالى مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٤٩.٣٢٪ من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٦٠.٦١٪ من إجمالى مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة المبحوثين متوسطى مستوى الإدراك لمخاطر التغير المناخى ٣٥.٦٢٪ من إجمالى مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٤١.٨٩٪ من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٣٠.٠٠٪ من إجمالى مفردات عينة الإناث، وجاءت نسبة المبحوثين منخفضى مستوى إدراك مخاطر التغير المناخى ٩.١١٪ من إجمالى مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٨.٧٨٪ من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٩.٣٩٪ من إجمالى مفردات عينة الإناث.

٦- موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى المواطنة البيئية لدى المبحوثين.

جدول رقم (١٥)

موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى المواطنة البيئية لدى المبحوثين.

درجة المواطنة	الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قليلة		متوسطة		كبيرة		درجة المواطنة العبارة
				%	ك	%	ك	%	ك	
مرتفع	٤	٠.٦٣	٢.٥٤	٧.٣٥	٤٦	٣١.١٥	١٩٥	٦١.٥٠	٣٨٥	أشارك في العمل التطوعي لحماية البيئة (حملات، ندوات، مسابقات، مشروعات) سواء بالخبرة أو الجهد
مرتفع	٥	٠.٦٢	٢.٥٣	٧.٠٣	٤٤	٣٢.٥٩	٢٠٤	٦٠.٣٨	٣٧٨	أحرص على الاقتصاد في استخدام الموارد حفاظًا على حقوق الأجيال القادمة
مرتفع	٦	٠.٦٢	٢.٥٠	٦.٣٩	٤٠	٣٧.٢٢	٢٣٣	٥٦.٣٩	٣٥٣	أشارك في حملات التوعية بأهمية الطاقة المتجددة والنظيفة
مرتفع	٧	٠.٦٤	٢.٤٣	٨.٤٧	٥٣	٣٩.٦٢	٢٤٨	٥١.٩٢	٣٢٥	أتصدى للممارسات الضارة بالبيئة في محيط سكني كحرق القمامة وقش الأرز وغيرها
مرتفع	٣	٠.٦١	٢.٦٠	٦.٧١	٤٢	٢٧.٠٠	١٦٩	٦٦.٢٩	٤١٥	أبلغ جهاز حماية البيئة والجهات المختصة في حالة رؤيتي لأي ممارسات أو أنشطة ضارة بالبيئة
مرتفع	١	٠.٥٢	٢.٧٢	٣.٣٥	٢١	٢١.٠٩	١٣٢	٧٥.٥٦	٤٧٣	أشرح لزملائي الآثار السلبية لتغير المناخ
مرتفع	٢	٠.٥٨	٢.٦٥	٥.٥٩	٣٥	٢٤.١٢	١٥١	٧٠.٢٩	٤٤٠	أبني أفكارًا للحفاظ على الرقعة الخضراء وزيادتها،

										وأعمل على نشر هذه لأفكار
مرتفع	٥	٠.٦١	٢.٥٣	٦.٢٣	٣٩	٣٤.٦٦	٢١٧	٥٩.١١	٣٧٠	أدعو زملائي للمشاركة في أنشطة حماية البيئة المحلية
مرتفع	--	٠.٦١	٢.٥٦	ن= ٦٢٦						جملة من سئلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى المواطنة البيئية لدى المبحوثين، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢.٥٦، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع ومتوسط، وجاء في مقدمة هذه العبارات أشرح لزملائي الآثار السلبية لتغير المناخ حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٧٢، وجاءت أتبني أفكارًا للحفاظ على الرقعة الخضراء وزيادتها، وأعمل على نشر هذه الأفكار في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٦٥، وجاءت أبلغ جهاز حماية البيئة والجهات المختصة في حالة رؤيتي لأى ممارسات أو أنشطة ضارة بالبيئة في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٦٠، وجاءت أشارك في العمل التطوعي لحماية البيئة (حملات، ندوات، مسابقات، مشروعات) سواء بالخبرة أو الجهد في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٤، وجاءت أحرص على الاقتصاد في استخدام الموارد حفاظًا على حقوق الأجيال القادمة، أدعو زملائي للمشاركة في أنشطة حماية البيئة المحلية في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٣، وجاءت أشارك في حملات التوعية بأهمية الطاقة المتجددة والنظيفة في الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢.٥٠، وجاءت أتصدى للممارسات الضارة بالبيئة في محيط سكني كحرق القمامة وقش الأرز وغيرها في الترتيب السابع حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢.٤٣.

- مستوى المواطنة البيئية لدى المبحوثين.

جدول (١٦)

مستوى المواطنة البيئية لدى المبحوثين وفقا للنوع

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
مرتفع		١٧١	٥٧.٧٧	٢١٤	٦٤.٨٥	٣٨٥	٦١.٥٠
متوسط		٩٨	٣٣.١١	٩٧	٢٩.٣٩	١٩٥	٣١.١٥
منخفض		٢٧	٩.١٢	١٩	٥.٧٦	٤٦	٧.٣٥
الإجمالي		٢٩٦	١٠٠	٣٣٠	١٠٠	٦٢٦	١٠٠

قيمة كا^٢ = ٤.٣٦٥ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.٠٨٣ مستوى الدلالة

= غير دالة

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢ ، وجد أنها = ٤.٣٦٥ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥ ، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥ ، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٠٨٣ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) ومستوى المواطنة البيئية لدى المبحوثين (مرتفع - متوسط - منخفض). وتشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن المبحوثين مرتفعى مستوى المواطنة البيئية بلغت نسبتهم ٦١.٥٠٪ من إجمالى مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٥٧.٧٧٪ من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٦٤.٨٥٪ من إجمالى مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة المبحوثين متوسطى مستوى المواطنة البيئية ٣١.١٥٪ من إجمالى مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٣٣.١١٪ من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٢٩.٣٩٪ من إجمالى مفردات عينة الإناث، وجاءت نسبة المبحوثين منخفضى مستوى المواطنة البيئية ٧.٣٥٪ من إجمالى مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٩.١٢٪ من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٥.٧٦٪ من إجمالى مفردات عينة الإناث.

٧- موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى وعي المبحوثين بمخاطر التغير المناخي.

جدول رقم (١٧)

موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى وعي المبحوثين بمخاطر التغير المناخي.

العبارة	درجة الوعي	كبيرة		متوسطة		قليلة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مرتبة	درجة الوعي
		ك	%	ك	%	ك	%				
أرى ضرورة ألا تؤثر الممارسات البيئية في مجتمع ما على الحياة في مجتمع آخر.	٣٠١	٤٨.٠٨	٢٦٣	٤٢.٠١	٦٢	٩.٩٠	٢.٣٨	٠.٦٦	٨	مرتفع	
استثمر معلوماتي للوقاية من الأمراض الناجمة عن التغيرات المناخية	٣٣٢	٥٣.٠٤	٢٤٤	٣٨.٩٨	٥٠	٧.٩٩	٢.٤٥	٠.٦٤	٧	مرتفع	
أعرف حقوقي وواجباتي البيئية	٣٧٤	٥٩.٧٤	٢٢٢	٣٥.٤٦	٣٠	٤.٧٩	٢.٥٥	٠.٥٩	٥	مرتفع	
أدرك أهمية استخدام التكنولوجيا النظافة للحد من التغيرات المناخية.	٤٣٢	٦٩.٠١	١٦٨	٢٦.٨٤	٢٦	٤.١٥	٢.٦٥	٠.٥٦	٣	مرتفع	
اهتم بقراءة كل ما هو جديد عن البيئة وقضاياها	٤٦٠	٧٣.٤٨	١٤٥	٢٣.١٦	٢١	٣.٣٥	٢.٧٠	٠.٥٣	١	مرتفع	
أرى ضرورة اتخاذ تدابير ضد المشاكل التي لها تأثير على التغير المناخي	٤٣٩	٧٠.١٣	١٤٥	٢٣.١٦	٤٢	٦.٧١	٢.٦٣	٠.٦١	٤	مرتفع	
أرى أن الإسراف في استخدام الموارد إهدار لحقوق الأجيال القادمة.	٣٦٩	٥٨.٩٥	٢١١	٣٣.٧١	٤٦	٧.٣٥	٢.٥٢	٠.٦٣	٦	مرتفع	
أرى أن مخاطر التغير المناخي سوف تلحق بنا ما لم نحسن التصرف واستغلال الموارد الطبيعية أحسن استغلال	٤٥٧	٧٣.٠٠	١٤٣	٢٢.٨٤	٢٦	٤.١٥	٢.٦٩	٠.٥٥	٢	مرتفع	
جملة من سئلا	ن = ٦٢٦										مرتفع

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى وعي المبحوثين بمخاطر التغير المناخي، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢.٥٧، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع ومتوسط، وجاء في مقدمة هذه العبارات اهتم بقراءة كل ما هو جديد عن البيئة وقضاياها حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٧٠، وجاءت أرى أن مخاطر التغير المناخي سوف تلحق بنا ما لم نحسن التصرف واستغلال الموارد الطبيعية أحسن استغلال في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٦٩، وجاءت أدرك أهمية استخدام التكنولوجيا النظافة للحد من التغيرات المناخية في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٦٥، وجاءت أرى ضرورة اتخاذ تدابير ضد المشاكل التي لها تأثير على التغير المناخي في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٦٣، وجاءت أعرف حقوقي وواجباتي البيئية في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٥، وجاءت أرى أن الإسراف في استخدام الموارد إهدار لحقوق الأجيال القادمة في الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٢، وجاءت استثمر معلوماتي للوقاية من الأمراض الناجمة عن التغيرات المناخية في الترتيب السابع حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢.٤٥، وجاءت أرى ضرورة ألا تؤثر الممارسات البيئية في مجتمع ما على الحياة في مجتمع آخر في الترتيب الثامن حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي ٢.٣٨.

- مستوى وعي المبحوثين بمخاطر التغير المناخي.

جدول (١٨)

مستوى وعي المبحوثين بمخاطر التغير المناخي وفقا للنوع

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
مستوى الوعي		ك	%	ك	%	ك	%
مرتفع		١٣٥	٤٥.٦١	١٦٦	٥٠.٣٠	٣٠١	٤٨.٠٨
متوسط		١٣٣	٤٤.٩٣	١٣٠	٣٩.٣٩	٢٦٣	٤٢.٠١
منخفض		٢٨	٩.٤٦	٣٤	١٠.٣٠	٦٢	٩.٩٠
الإجمالي		٢٩٦	١٠٠	٣٣٠	١٠٠	٦٢٦	١٠٠

قيمة كا^٢ = ١.٩٦٧ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.٠٥٦ مستوى الدلالة
= غير دالة

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢ ، وجد أنها = ١.٩٦٧ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥ ، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥ ، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٠٥٦ تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) ومستوى وعى المبحوثين بمخاطر التغير المناخى (مرتفع - متوسط - منخفض). وتشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن المبحوثين مرتفعى مستوى الوعى بمخاطر التغير المناخى بلغت نسبتهم ٤٨.٠٨٪ من إجمالى مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٤٥.٦١٪ من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٥٠.٣٠٪ من إجمالى مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة المبحوثين متوسطى مستوى الوعى بمخاطر التغير المناخى ٤٢.٠١٪ من إجمالى مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٤٤.٩٣٪ من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ٣٩.٣٩٪ من إجمالى مفردات عينة الإناث، وجاءت نسبة المبحوثين منخفضى مستوى الوعى بمخاطر التغير المناخى ٩.٩٠٪ من إجمالى مفردات عينة الدراسة موزعة بين ٩.٤٦٪ من إجمالى مفردات عينة الذكور فى مقابل ١٠.٣٠٪ من إجمالى مفردات عينة الإناث.

ثالثاً: نتائج التحقق من صحة الفروض:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية تبعاً لاختلاف مستويات التعرض للقنوات الفضائية المصرية.

جدول رقم (١٩)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية تبعاً لاختلاف مستويات التعرض للقنوات

الفضائية المصرية

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٣٤.٦٩٧	٢	١٧.٣٤٨	٤٢.٨٩١	دالة ***
داخل المجموعات	٢٥١.٩٨٧	٦٢٣	٠.٤٠٤		
المجموع	٢٨٦.٦٨٤	٦٢٥			

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات التعرض المختلفة للقنوات الفضائية المصرية، وذلك علي مقياس التعرض للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية، حيث بلغت قيمة $F_{42.891}$ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية تبعا لاختلاف مستويات التعرض للقنوات الفضائية المصرية. أي أن درجة التعرض للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية تختلف لدى المبحوثين باختلاف درجة التعرض للقنوات الفضائية المصرية. وهو ما يفسر بأن كثرة التعرض للقنوات الفضائية يزيد من احتمالية التعرض الطقوسي ولو على فترات متفرقة للمضامين الإعلانية والتي تعد الحملات الإعلامية لقضايا المناخ أهم أولوياتها بالنسبة للقنوات الفضائية المصرية والتي من بينها القناة الولي المصرية والقنوات ذات الصبغة الوطنية، حيث تنصدر الحملات الإعلامية لقضايا المناخ المشاهد في هذه القنوات سعياً منها لتحقيق الوعي وتنفيذ خطة الدولة وتحقيق رؤية ٢٠٥٠ التي تهدف إلى الوصول إلى الاستقرار المناخي، والقضاء على التهديدات المتلاحقة للتغيرات المناخية وتأثيراتها على المن والاستقرار في المنطقة بل وفي العالم بأكمله.

جدول (٢٠)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس التعرض للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية تبعا لاختلاف مستويات التعرض للقنوات الفضائية المصرية

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			٢.٥٧
متوسط	***٠.٣٦٧٥	-		٢.٢٠
منخفض	***٠.٦٤٥١	***٠.٢٧٧٦	-	١.٩٢

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين مرتفعي مستوى التعرض للقنوات الفضائية المصرية، والمبحوثين منخفضي مستوى التعرض لها بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٦٤٥١ لصالح المبحوثين متوسطي مستوى التعرض

للقنوات الفضائية المصرية، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما اتضح أن هناك اختلافاً بين الباحثين مرتفعي مستوى التعرض للقنوات الفضائية المصرية، والباحثين متوسطي مستوى التعرض لها بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٣٦٧٥ لصالح الباحثين مرتفعي مستوى التعرض للقنوات الفضائية المصرية، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما اتضح أن هناك اختلافاً بين الباحثين منخفضي مستوى التعرض للقنوات الفضائية المصرية، والباحثين متوسطي مستوى التعرض لها بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٢٧٧٦ لصالح الباحثين مرتفعي مستوى التعرض للقنوات الفضائية المصرية، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠٠١، حيث يشهد العصر الحالي عديد من المبادرات والاهتمامات التي تنادي بتوطيد علاقة الأفراد ببيئتهم، وتنشئتهم على الحفاظ عليها؛ تحقيقاً لما يسمى بالمواطنة البيئية العالمية، والتي باتت لها أهمية كبيرة في ربط أفكار المواطنين في أنحاء العالم جميعه حول هدف مشترك؛ للحفاظ على البيئة، ومواجهة التحديات التي تتعرض لها؛ من خلال تنشئة المواطنين على القيم، والسلوكيات، والممارسات التي تعبر عن المواطنة البيئية العالمية، حيث أطلقت مصر عديد من من المبادرات والحملات البيئية منها: مبادرة "اتحضر للأخضر"؛ لتغيير السلوكيات، ونشر الوعي البيئي، وحث المواطنين على المشاركة في الحفاظ على البيئة والموارد الطبيعية؛ لضمان استدامتها حفاظاً على حقوق الأجيال القادمة، وتعظيم فرص التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وخرج من رحمها عديد من الحملات البيئية، منها: حملة الرئة الخضراء لزراعة ١٠٠ مليون شجرة، وحملة رجع الطبيعة لطبيعتها؛ للتوعية بالتغيرات المناخية، وحملة بلولاجون؛ للحفاظ على النظم البيئية والمحميات الطبيعية.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس التعرض للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية تبعا لاختلاف مستويات الاهتمام بمتابعة الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية.

جدول رقم (٢١)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية تبعا لاختلاف مستويات الاهتمام بمتابعة الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٤.٧٣٩	٢	٢.٣٦٩	٥.٢٣٦	دالة ***
داخل المجموعات	٢٨١.٩٤٥	٦٢٣	٠.٤٥٣		
المجموع	٢٨٦.٦٨٤	٦٢٥			

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الاهتمام المختلفة بمتابعة الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية، وذلك علي مقياس التعرض للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية، حيث بلغت قيمة ف ٥.٢٣٦ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية تبعا لاختلاف مستويات الاهتمام بمتابعة الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية. أي أن درجة التعرض للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية تختلف لدى المبحوثين باختلاف درجة الاهتمام المختلفة بمتابعة الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية. حيث شهدت العقود الأخيرة زيادة في المشكلات البيئية على المستويين المحلي والعالمي، كتلوث المياه، وتلوث الهواء، وتلوث التربة، ومشكلات التصحر، واستنزاف الموارد البيئية ومحدوديتها، ومشكلات الطاقة، والاحتباس الحراري، والتغيرات المناخية، والتي تعكس سوء استخدام الإنسان للبيئة، حيث بلغ تأثير الإنسان على البيئة إلى مستويات خطيرة خاصة إذا استمر الحال على ذلك، وهو ما يدعو إلى الاهتمام بمتابعة التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية.

جدول (٢٢)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس التعرض للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية تبعا لاختلاف مستويات الاهتمام بمتابعة الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			٢.٥١
متوسط	٠.١٢٤٨	-		٢.٣٩
منخفض	**٠.٢٥٠٥	*٠.١٢٥٧	-	٢.٢٦

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضى مستوى الاهتمام بمتابعة الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية، والمبحوثين مرتفعى مستوى الاهتمام بمتابعة الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٢٥٠٥ لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الاهتمام بمتابعة الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى الاهتمام بمتابعة الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية، والمبحوثين منخفضى مستوى الاهتمام بمتابعة الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.١٢٥٧ لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الاهتمام بمتابعة الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٥، بينما اتضح أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى الاهتمام بمتابعة الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية، والمبحوثين مرتفعى مستوى الاهتمام بمتابعة الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.١٢٤٨، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٥ وهذا ما يتفق مع ما جاءت به نظرية التهديدات المجتمعية، حيث ترى أن التضخيم الاجتماعي وشدة التركيز Attention & Amplification يزداد الاهتمام بالأزمة والقلق بشأنها كلما زادت التغطية الإعلامية المخصصة لها، عبر تصوير الأحداث بطرق مختلفة منها

الإحصاءات والرسوم والجداول أو القول بعدم القدرة على تحملها، في مقابل الإحساس بالاطمئنان النسبي كلما أشارت هذه الوسائل إلى قدرة المجتمع على تجاوزها لأسباب عديدة.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية تبعا لاختلاف مستوى الثقة بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا المناخ كمصدر للمعلومات حول التغيرات المناخية.

جدول رقم (٢٣)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية تبعا لاختلاف مستوى الثقة بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا المناخ كمصدر للمعلومات حول التغيرات المناخية

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٣٩.٠٢٤	٢	١٩.٥١٢	٤٩.٠٨٣	دالة ***
داخل المجموعات	٢٤٧.٦٦٠	٦٢٣	٠.٣٩٨		
المجموع	٢٨٦.٦٨٤	٦٢٥			

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الثقة المختلفة بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية كمصدر للمعلومات حول قضية التغيرات المناخية، وذلك علي مقياس التعرض للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية، حيث بلغت قيمة ف ٤٩.٠٨٣ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية تبعا لاختلاف مستوى الثقة بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا المناخ كمصدر للمعلومات حول التغيرات المناخية. أي أن درجة التعرض للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية تختلف لدى المبحوثين باختلاف درجة الثقة بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا المناخ كمصدر للمعلومات حول التغيرات المناخية. حيث حدد Hovland صفتين لمصداقية المصدر وهما الخبرة، والأمانة، والخبرة تعني (المعرفة، القدرة، الكفاءة،

الذكاء)، والأمانة تعنى (الصدق، حسن الخلق، استقامة الشخصية) ^(٧٠). بالإضافة إلى متغيرات القائم بالاتصال حيث أكد (Slater and Rouner, 1996) ^(٧١) أن متغيرات الرسالة يمكن أن تشكل مصداقية المصدر، بمعنى أن مضمون الرسائل الإعلامية وما تتضمنه من موضوعات وقضايا، فضلاً عن أسلوب الكتابة لتلك الرسائل من شأنها أن تغير المفاهيم والآراء نحو مصداقية المصدر. وقد حدد كلاً من (HOVLAND & WEISS) بعدين لمصداقية المصدر التي يستخدمها الجمهور في تقييمه للمصداقية وهما الثقة والخبرة، بينما حدد كلا من (BERLO (LEMERT AND MERTZ 1996) , ثلاثة عوامل خاصة بالمصدر وهي الأمانة والكفاءة والحركة. وقد ازدادت حركية التغطية الإعلامية بفضل تكنولوجيا الفضاء والحاسب الآلي ونظم البث الرقمية مما رفع من درجة مصداقية الوسائل الإعلامية وتأثيرها وتفاعل الجمهور معها. كما أضاف بعض الباحثين عدة أبعاد للمصداقية في وسائل الإعلام مثل (الثقة- عدم التحيز- الشمولية) فيما يقدم من معلومات وحقائق ^(٧٢). أما هويدا مصطفى فقد أشارت إلى أن أبعاد المصداقية تتصل بعدة جوانب فمنها ما يتعلق بالهيئة الإعلامية أو المؤسسة الإعلامية ذاتها، والنظام الإعلامي الذي تمارس عملها من خلاله، ومنها ما يتعلق بالقائمين بالعملية الإعلامية من إعلاميين وصحفيين، وأخيراً المعلومات أو المضمون الذي تبثه هذه الوسائل ^(٧٣).

جدول (٢٤)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس التعرض للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية تبعا لاختلاف مستوى الثقة بصدق وموضوعية

الحملات الإعلامية لقضايا المناخ كمصدر للمعلومات حول التغيرات المناخية

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			٢.٤٩
متوسط	***٠.٦٠٥٤	-		٢.٢٧
منخفض	*٠.٢٢٤٠	**٠.٣٨١٤	-	١.٨٩

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضى مستوى الثقة بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية كمصدر للمعلومات حول التغيرات المناخية ، والمبحوثين مرتفعى مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٢٢٤٠ لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الثقة بصدق

وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية كمصدر للمعلومات حول التغيرات المناخية، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى الثقة بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية كمصدر للمعلومات حول التغيرات المناخية، والمبحوثين منخفضى مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٣٨١٤ لصالح المبحوثين متوسطى مستوى الثقة بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية كمصدر للمعلومات حول التغيرات المناخية، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، كما اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى الثقة بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية كمصدر للمعلومات حول التغيرات المناخية، والمبحوثين مرتفعى مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٦٠٥٤ لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الثقة بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية كمصدر للمعلومات حول التغيرات المناخية، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس إدراك مخاطر التغيرات المناخية تبعاً لاختلاف مستويات التعرض للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية.

جدول رقم (٢٥)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس إدراك مخاطر التغيرات المناخية تبعاً لاختلاف مستويات التعرض للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٨.٨١١	٢	٤.٤٠٥	١١.٦٢٢	دالة ***
داخل المجموعات	٢٣٦.١٥٤	٦٢٣	٠.٣٧٩		
المجموع	٢٤٤.٩٦٥	٦٢٥			

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات التعرض المختلفة للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية، وذلك على مقياس إدراك مخاطر التغيرات المناخية، حيث بلغت قيمة ف

١١.٦٢٢ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠٠١ ، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس إدراك مخاطر التغيرات المناخية تبعا لاختلاف مستويات التعرض للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية. أى أن درجة إدراك مخاطر التغيرات المناخية تختلف لدى المبحوثين باختلاف درجة التعرض للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية. حيث تعد ظاهرة التغير المناخي من أهم القضايا البيئية الناجمة عن تزايد النشاط البشري، وزيادة استهلاك مصادر الطاقة غير المتجددة في الواقع، ولما لها من تداعيات تشكل خطراً يحيط بمستقبل الأجيال القادمة، وأن تغير المناخ بات أمراً لا يمكن تجاهله؛ وذلك لأن التدهور البيئي على الصعيد العالمي لم يجد من يوقفه، ومن ثم أصبح هذا التغير مماثلاً لخطر الحروب على البشرية. (أبو عيطة، ٢٠٢٣، ٢٠٢٢)، فظاهرة التغير المناخي ظاهرة عالمية إلا أن تأثيراتها محلية^(٧٤).

جدول (٢٦)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس إدراك مخاطر التغيرات المناخية تبعا لاختلاف مستويات التعرض للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			٢.٦٧
متوسط	***٠.٢٢٠٥	-		٢.٤٥
منخفض	***٠.٢٨٥٨	٠.٠٦٥٣	-	٢.٣٨

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضى مستوى التعرض للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية ، والمبحوثين مرتفعى مستوى التعرض بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٢٨٥٨ لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى التعرض للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠١، كما اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى التعرض للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية، والمبحوثين مرتفعى مستوى التعرض بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٢٢٠٥

لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى التعرض للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠١، بينما اتضح أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى التعرض للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية، والمبحوثين منخفضى مستوى التعرض، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.٠٦٥٣، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٥. حيث أن المتلقين عادة ما يسعون إلى وسائل الإعلام ذات المضمون المتشابه لتدعيم المعلومات التي توصلوا إليها، ولذلك تكون آراء الأفراد ثابتة إلى حد ما عندما يكون مضمون الأخبار الذي يتعرضون له أيضاً متشابه، وهو ما ذهب إليه محمود علم الدين (١٩٨٩) ^(٧٥) بأن المصادقية هي المدى الذى يتم فيه رؤية شخص على أنه يعرف الجواب الصحيح كخبير، والمدى الذى يتم فيه الحكم عليه بناء على أنه يتصل مع الآخرين «دون تحيز» كموضع ثقة، كما تعد واحدة من ثلاثة عوامل «المصادقية، الجاذبية، السلطة» التى تجعل الشخص مؤثراً فى إقناع الجمهور.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطيه موجبة وذات دلالة إحصائية بين مستوى تعرض المبحوثين للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية ودرجة المواطنة البيئية لديهم.

جدول رقم (٢٧)

معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس مستوى التعرض للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية ودرجة المواطنة البيئية لديهم

المتغير	درجة المواطنة البيئية لدى المبحوثين		
	العدد	قيمة بيرسون	الدلالة
مستوى تعرض المبحوثين للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية	٦٢٦	٠.٧٢٦	٠.٠٠١

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أضح وجود علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين مستويات تعرض المبحوثين للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية ومستوى المواطنة البيئية لديهم، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٧٢٦ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٠٠١، وبالتالي فقد تحقق هذا الفرض والذى ينص على أنه توجد علاقة ارتباطيه موجبة وذات دلالة إحصائية بين مستوى تعرض المبحوثين للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية ودرجة

المواطنة البيئية لديهم، أى أنه كلما زادت درجة تعرض المبحوثين للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية تزداد بالتالى درجة المواطنة البيئية لدى المبحوثين. حيث تهدف المواطنة البيئية العالمية إلى بناء جيل جديد وواعٍ بالقضايا البيئية، وبأهمية البيئة، ويؤمن بضرورة المحافظة عليها من الأخطار التي تهددها، والتي جاءت كنتيجة لفعل التدخل البشري في الطبيعة، وما نجم عن ذلك من ظهور الاختلالات البيئية المختلفة؛ مما لفت أنظار العالم أجمع لضرورة الاهتمام بالبيئة، وتحقيق أكبر المستويات من الوعي بقضاياها وأهمية المحافظة عليها، كما أن الاهتمام بالبيئة أمر حيوي من منطلق العامل المشترك بين البلدان جميعها، وهو العيش على كوكب واحد؛ مما يؤكد ضرورة تكاتف الجهود والمشاركات على المستويات المحلية والدولية من أجل تخفيف الآثار الضارة؛ بغية أن تنعم البشرية ببيئة أكثر أماناً، وحياة أكثر جودة، وتنمية أكثر استدامة^(٧٦).

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطيه موجبة وذات دلالة إحصائية بين مستوى تعرض المبحوثين للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية ودرجة الوعي بمخاطر التغيرات المناخية.

جدول رقم (٢٨)

معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس مستوى التعرض للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية ودرجة الوعي بمخاطر التغيرات المناخية

المتغير	درجة الوعي بمخاطر التغيرات المناخية		
	العدد	قيمة بيرسون	الدلالة
مستوى تعرض المبحوثين للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية	٦٢٦	٠.٦٩٨	٠.٠٠١

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائية بين مستويات تعرض المبحوثين للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية ومستوى الوعي بمخاطر التغيرات المناخية، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٦٩٨ وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، وبالتالي فقد تحقق هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطيه موجبة وذات دلالة إحصائية بين مستوى تعرض المبحوثين للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية ودرجة الوعي بمخاطر التغيرات المناخية، أى أنه كلما زادت درجة تعرض المبحوثين للحملات

الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية تزداد بالتالي درجة الوعي بمخاطر التغيرات المناخية لدى المبحوثين. وهذا ما يتفق مع ما جاءت به نظرية المخاطر المجتمعية حيث ويعتقد بك Beck بشدة في أن أهم ما يميز الأزمات والمخاطر التي تواجه مجتمعاتنا المعاصرة هي كونها ذات آثار كارثية مدمرة، والأهم هي أنها غير مرئية في الأغلب، وغير معروفة للجمهور العام Invisibility وهي لا تصبح عكس ذلك، إلا إذا تكونت معرفة مجتمعية حولها أو حتى نوع من الجهل والتعتيم بشأن خطورتها وطبيعة المعلومات المتعلقة بها فهي الوظيفة التي تتقلدها وسائل الإعلام في الأساس وبشكل شبه حتمي، ومن هنا تصبح نظرية مجتمع المخاطر، هي نظرية العلاقة بين وسائل الإعلام ومجتمع المعلومات، وتنتقل الإشكالية هنا إلى هؤلاء الذين يقومون بإنتاج مفاهيم وتعريفات الأزمة وبين هؤلاء الذين يستهلكونها^(٧٧).

الفرض السابع: تزداد درجة الوعي بمخاطر التغيرات المناخية لدى المبحوثين بزيادة درجة ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية كمصدر للمعلومات حول قضايا المناخ.

جدول رقم (٢٩)

معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس مستوى الوعي بمخاطر التغيرات المناخية ودرجة الثقة بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية كمصدر للمعلومات حول قضايا المناخ

المتغير	المتغير		
	العدد	قيمة بيرسون	الدلالة
مستوى الثقة بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية كمصدر للمعلومات حول قضايا المناخ	٦٢٦	٠.٥٩٨	٠.٠٠١

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين مستويات الثقة بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية كمصدر للمعلومات حول قضايا المناخ ومستوى الوعي بمخاطر التغيرات المناخية، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٥٩٨ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، وبالتالي فقد تحقق هذا الفرض والذي ينص على أنه تزداد درجة الوعي بمخاطر التغيرات المناخية لدى المبحوثين بزيادة درجة ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية

الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية كمصدر للمعلومات حول قضايا المناخ، أى أنه كلما زادت درجة الثقة بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية كمصدر للمعلومات حول قضايا المناخ تزداد بالتالى درجة الوعى بمخاطر التغيرات المناخية لدى المبحوثين. وهذا ما يتفق مع ما جاءت به نظرية المخاطر المجتمعية حيث تطرح النظرية التي تناولت العلاقة بين وسائل الإعلام ومدرجات الجمهور للأزمات التي تتعرض لها مجتمعاتهم، ثم إحساسهم بالخطر أو القلق بشأن فرص الحياة المناسبة والمواتية، تطرح مجموعة من العوامل المؤثرة بشكل عام على عملية الإحساس بالخطر الجمعي، تتمثل في مجملها في النقاط التالية والتي تمثل فرضيات النظرية: (٧٨).

■ **التضخيم الاجتماعي وشدة التركيز Attention & Amplification** يزداد الاهتمام بالأزمة والقلق بشأنها كلما زادت التغطية الإعلامية المخصصة لها، عبر تصوير الأحداث بطرق مختلفة منها الإحصاءات والرسوم والجرافيك أو القول بعدم القدرة على تحملها، في مقابل الإحساس بالاطمئنان النسبي كلما أشارت هذه الوسائل إلى قدرة المجتمع على تجاوزها لأسباب عديدة.

■ **الثقة Trust** وهو العامل الأكثر أهمية وتأثيرها في متغير إدراك الأفراد للأزمات؛ حيث يتعلق الأمر بمدى ثقة الرأي العام في قدرة المنظمين، والمسؤولين وصانعي السياسة أو الصناعة وغيرهم من ذوي المسؤولية على أداء واجباتهم على أكمل وجه، طالما اتسموا بالأمانة، الاعتراف بالخطأ والقصور، والأخذ في الاعتبار الاختلاف في وجهات النظر، ودون الاعتماد على التخمينات النسبية والعواطف المؤثرة على الرأي العام.

الفرض الثامن: تزداد درجة المواطنة البيئية لدى المبحوثين بزيادة درجة ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية كمصدر للمعلومات حول قضايا المناخ.

جدول رقم (٣٠)

معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس مستوى الوعى بمخاطر التغيرات المناخية ودرجة الثقة بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية كمصدر للمعلومات حول قضايا المناخ

المتغير	المتغير		
	العدد	قيمة بيرسون	الدالة
مستوى الثقة بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية كمصدر للمعلومات حول قضايا المناخ	٦٢٦	٠.٦١٢	٠.٠٠١

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين مستويات الثقة بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية كمصدر للمعلومات حول قضايا المناخ ومستوى المواطنة البيئية لدى المبحوثين، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٦١٢ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، وبالتالي فقد تحقق هذا الفرض والذي ينص على أنه تزداد درجة المواطنة البيئية لدى المبحوثين بزيادة درجة ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية كمصدر للمعلومات حول قضايا المناخ، أى أنه كلما زادت درجة الثقة بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية كمصدر للمعلومات حول قضايا المناخ تزداد بالتالى درجة المواطنة البيئية لدى المبحوثين. حيث يؤكد البعض أن من أسباب تكرار التعرض للحصول على معلومات معينة (الرسالة) سببه ثقة الجمهور فى الوسيلة التى تقدم له مضمون صادق، فقد أشارت الأبحاث الأولية التى أجريت لتحديد مصداقية وسائل الإعلام، أن زيادة تعرض الجمهور واستخدامه لوسائل الإعلام غالباً ما يصاحبه تدعيم فى مستوى المصداقية، وهو ما أكدته (Nozato, 2012) ^(٧٩)، ويؤكد بك Beck (١٩٩٢) أن الأزمات يمكن أن تتبدل، أو تستقطب، أو تقدم بشكل درامى كامل أو تختفي وتقل قيمتها بقلّة المعلومات والتفاصيل المتوافرة عنها،

طالما ظلت مفتوحة الأبواب والمجال للتأويلات الإعلامية ثم التأويلات والتفسيرات المرتبطة بالجمهور العام، كما أن الطرق التي يقوم بها القائمون بالاتصال بالتوسط في سلسلة العلاقة بين الأزمات والمخاطر وبين إدراك الجمهور لها، سواء بالتأييد أو المعارضة لغيرها من مؤسسات المجتمع الأخرى يحتاج إلى الكشف والتحليل للأسباب التي تقف وراء القيام بمثل هذه العمليات وآلياتها.^(٨٠) وتقود الأفكار التي طرحها بك Beck من خلال فهم للأزمات وللمجتمع الخطر إلى تقديم تفسير نظري إلى حد ما للدور الذي تمارسه وسائل الإعلام باعتبارها مواقع قيادية في مثل هذه النوعية من الأحداث^(٨١).

الفرض التاسع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للحملات الإعلامية للتغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية المصرية تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموجرافية.

أ- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس التعرض للحملات الإعلامية للتغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية المصرية.

جدول (٣١)

اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين في مستويات التعرض للحملات الإعلامية للتغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية المصرية وفقاً للنوع

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
ذكور	٢٩٦	٢.٥٠	٠.٦١	٥.٥٦٣	٦٢٤	دالة عند ٠.٠٠١
إناث	٣٣٠	٢.٢١	٠.٧٠			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس التعرض للحملات الإعلامية للتغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية المصرية، حيث بلغت قيمة "ت" ٥.٥٦٣ وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، وبالتالي فقد يثبت صحة هذا الفرض. والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس التعرض للحملات الإعلامية للتغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية المصرية لصالح الذكور.

ب- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للحملات الإعلامية للتغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية المصرية تبعاً لاختلاف السن.

جدول رقم (٣٢)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للحملات الإعلامية للتغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية المصرية تبعاً لاختلاف السن

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	١٣.٧٠٧	٢	٦.٨٥٤	١٥.٦٤١	دالة عند ٠.٠٠١
داخل المجموعات	٢٧٢.٩٧٧	٦٢٣	٠.٤٣٨		
المجموع	٢٨٦.٦٨٤	٦٢٥			

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون المستويات العمرية المختلفة، وذلك علي مقياس مستويات التعرض للحملات الإعلامية للتغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية المصرية، حيث بلغت قيمة ف ١٥.٦٤١ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للحملات الإعلامية للتغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية المصرية تبعاً لاختلاف السن.

جدول (٣٣)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس التعرض للحملات الإعلامية للتغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية المصرية تبعاً لاختلاف السن

المجموعات	أقل من ٣٠	من ٣٠ إلى ٤٥	٤٥ فأكثر	المتوسط
أقل من ٣٠	-			٢.٥٠
من ٣٠ إلى ٤٥	٠.٣٣٥٤***	-		٢.١٦
٤٥ فأكثر	٠.٠٦٣٤	٠.٢٧٢١***	-	٢.٤٣

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين أقل من ٣٠ سنة، والمبحوثين من ٣٠ إلى أقل من ٤٥ سنة، بفرق بين المتوسطين الحسابيين

بلغ ٠.٣٣٥٤ لصالح المبحوثين أقل من ٣٠ سنة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠١، كما اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين من ٣٠ إلى أقل من ٤٥ سنة، والمبحوثين من ٤٥ سنة فأكثر، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٢٧٢١ لصالح المبحوثين من ٣٠ إلى أقل من ٤٥ سنة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠٠١.

ج- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للحملات الإعلامية للتغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية المصرية تبعاً لاختلاف مستوى التعليم.

جدول رقم (٣٤)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للحملات الإعلامية للتغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية المصرية تبعاً لاختلاف مستوى التعليم

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٩.٩٧٦	٢	٤.٩٨٨	١١.٢٣٠	دالة عند ٠.٠٠٠١
داخل المجموعات	٢٧٦.٧٠٨	٦٢٣	٠.٤٤٤		
المجموع	٢٨٦.٦٨٤	٦٢٥			

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون المستويات التعليمية المختلفة، وذلك علي مقياس مستويات التعرض للحملات الإعلامية للتغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية المصرية، حيث بلغت قيمة ف ١١.٢٣٠ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للحملات الإعلامية للتغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية المصرية تبعاً لاختلاف مستوى التعليم.

جدول (٣٥)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس التعرض للحملات الإعلامية للتغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية المصرية تبعاً لاختلاف مستوى التعليم

المجموعات	أقل من جامعي	جامعي	أعلى من جامعي	المتوسط
أقل من جامعي	-			٢.٥٥

جامعى	٠.٢٤٠٤ ***	-	٢.٣١
أعلى من جامعى	٠.٣٩٦٨ ***	٠.١٥٦٤	٢.١٥

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوى المؤهل أقل من جامعى، والمبحوثين ذوى المؤهل أعلى من جامعى، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٣٩٦٨ لصالح المبحوثين ذوى المؤهل أقل من جامعى، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠١، كما اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوى المؤهل أقل من جامعى، والمبحوثين ذوى المؤهل أعلى من جامعى، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٢٤٠٤ لصالح المبحوثين ذوى المؤهل أقل من جامعى، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠١.

د- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للحملات الإعلامية للتغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية المصرية تبعاً لاختلاف المستوى الاقتصادى.

جدول رقم (٣٦)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للحملات الإعلامية للتغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية المصرية تبعاً لاختلاف المستوى الاقتصادى

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٧.٣١٩	٢	٣.٦٥٩	٨.١٦١	دالة عند ٠.٠٠٠١
داخل المجموعات	٢٧٩.٣٦٥	٦٢٣	٠.٤٤٨		
المجموع	٢٨٦.٦٨٤	٦٢٥			

تشير بيانات الجدول السابق إلي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون المستويات الاقتصادية الاجتماعية المختلفة، وذلك علي مقياس مستويات التعرض للحملات الإعلامية للتغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية المصرية، حيث بلغت قيمة ف ٨.١٦١ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذى ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للحملات الإعلامية للتغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية المصرية تبعاً لاختلاف المستوى الاقتصادى الاجتماعى.

جدول (٣٧)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس التعرض للحملات الإعلامية للتغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية المصرية تبعاً لاختلاف المستوى الاقتصادي الاجتماعي

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			٢.٣٥
متوسط	٠.٠٩٧١	-		٢.٢٥
منخفض	*٠.١٧٥٤	***٠.٢٧٢٥	-	٢.٥٣

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث اتضح أن هناك اختلافًا بين المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع، والمبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.١٧٥٤ لصالح المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٥، كما اتضح أن هناك اختلافًا بين المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المتوسط، والمبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٢٧٢٥ لصالح المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠١.

النتائج العامة للدراسة:

- من أهم الحملات الإعلامية البيئية حول التغيرات المناخية التي تعرض لها الجمهور عبر القنوات الفضائية المصرية، جاء في الترتيب الأول حملة "رجع الطبيعة لطبيعتها"، وجاء في الترتيب الثاني الحوار الوطني للتوعية بقضية التغيرات المناخية، وجاء في الترتيب الثالث حملة أنحضر للأخضر.
- وتشير النتائج إلى أن المبحوثين مرتفعي مستوى الاهتمام بمتابعة الحملات الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية بلغت نسبتهم ٤٠.٥٨% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، بينما بلغت نسبة المبحوثين متوسطي مستوى الاهتمام ٤٦.٤٩%، وجاءت نسبة المبحوثين منخفضي مستوى الاهتمام ١٢.٩٤%.

- تشير النتائج إلى أن المبحوثين مرتفعى مستوى إدراك المبحوثين لمخاطر التغير المناخى بلغت نسبتهم ٥٥.٢٧٪ من إجمالى مفردات عينة الدراسة، بينما بلغت نسبة المبحوثين متوسطى مستوى الإدراك لمخاطر التغير المناخى ٣٥.٦٢٪، وجاءت نسبة المبحوثين منخفضى مستوى إدراك مخاطر التغير المناخى ٩.١١٪ .
- تشير النتائج إلى أن المبحوثين مرتفعى مستوى المواطنة البيئية بلغت نسبتهم ٦١.٥٠٪ من إجمالى مفردات عينة الدراسة، بينما بلغت نسبة المبحوثين متوسطى مستوى المواطنة البيئية ٣١.١٥٪، وجاءت نسبة المبحوثين منخفضى مستوى المواطنة البيئية ٧.٣٥٪ .
- تبين فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية تبعا لاختلاف مستويات الاهتمام بمتابعة الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية
- أثبتت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية تبعا لاختلاف مستوى الثقة بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا المناخ كمصدر للمعلومات حول التغيرات المناخية.
- أثبتت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس إدراك مخاطر التغيرات المناخية تبعا لاختلاف مستويات التعرض للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية.
- أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطيه موجبة وذات دلالة إحصائية بين مستوى تعرض المبحوثين للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية ودرجة المواطنة البيئية لديهم.
- أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطيه موجبة وذات دلالة إحصائية بين مستوى تعرض المبحوثين للحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية ودرجة الوعى بمخاطر التغيرات المناخية.
- أثبتت الدراسة أنه تزداد درجة الوعى بمخاطر التغيرات المناخية لدى المبحوثين بزيادة درجة ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية كمصدر للمعلومات حول قضايا المناخ.

- أثبتت الدراسة أنه تزداد درجة المواطنة البيئية لدى المبحوثين بزيادة درجة ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية الحملات الإعلامية لقضايا المناخ عبر القنوات الفضائية المصرية كمصدر للمعلومات حول قضايا المناخ.
- تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التعرض للحملات الإعلامية للتغيرات المناخية عبر القنوات الفضائية المصرية تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموجرافية.

توصيات الدراسة:

- توفير كافة المعلومات السليمة والصحيحة المرتبطة بقضايا المناخ حتى يتسنى للرأي العام تكوين رأي سليم فيما يشاهده عبر الحملات الإعلامية بالقنوات الفضائية مع ضرورة الالتزام بالموضوعية والأمانة والدقة.
- زيادة الحملات الإعلامية عبر الوسائل المختلفة مع توظيف التكنولوجيا الحديثة والاستفادة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الحملات الإعلامية المختلفة.
- فتح المجال أمام الباحثين والدارسين في مجال الإعلام وعلوم البيئة لعمل بحوث مشتركة يمكن من خلالها دراسة قضايا المناخ والتغيرات المناخية وتأثيرات وسائل الإعلام.
- التنسيق بين القنوات الفضائية العربية والأجنبية في إعداد حملات إعلامية بيئية مشتركة لمواجهة مخاطر التغيرات المناخية وبثها باللغات الأجنبية المختلفة، حيث تعد هذه الأزمة عالمية ولا تقتصر على دول محددة.
- ضرورة إجراء الدراسات والبحوث العلمية التي تهتم بقضايا المناخ والتغيرات المناخية وضرورة التوصل إلى حلول عملية وعلمية بشأن تلك القضايا، والاستعانة بنتائج تلك الدراسات في تطوير آليات جديدة للحد منها.
- الاهتمام بعرض وجهات نظر مختلفة ومتنوعة في إعداد وصياغة الحملات الإعلامية حتى تظهر بأشكال مختلفة وتلقى قبول الأنواق المختلفة من الجمهور.

مراجع الدراسة:

- (١) علي موج فهد : قواعد القانون الدولي لحماية البيئة في ضوء اتفاقية باريس للمناخ -٢٠١٥ دراسة تحليلية رسالة ماجستير، غير منشورة كلية الحقوق جامعة الشرق الأوسط الأردن، ٢٠١٧ .
- (2)United Nations Framework Convention on Climate Chang, UNFCCC/INFORMAL/ 84 GE.05-62220 (E) 200705, 1992.
- (٣) تصريحات دكتورة ياسمين فؤاد وزيرة البيئة امام اجتماع لجنة الطاقة والبيئة بمجلس النواب الاثنين ٢١ فبراير ٢٠٢١.
- (4) Beck, U. (1992). Risk society: Towards A New Modernity, **Op- Cit**, p. 46.
- (5) European Network for Environmental Citizenship. (2022). REEC 2022: 2nd International Conference of International Researchers of the Education for Environmental Citizenship 2022. Retrieved from: <https://enec-cost.eu/ireec22/>, Accessed on 19/9/2023, 6:01PM.
- (٦) الهيئة الوطنية للاستعلامات: المؤتمر العلمي الدولي الثالث للبيئة والتنمية المستدامة "تغير المناخ: التحديات والمواجهة", في الفترة من ١٨ إلى ٢٠ ديسمبر ٢٠٢١. جامعة الأزهر. متاح على <https://www.sis.gov.eg/Story/227370>, 10/7/2023, 12:21PM.
- (٧) الهيئة الوطنية للاستعلامات.(٢٠٢٢). (مؤتمر الأطراف لاتفاقية الأمم المتحدة لتغير المناخ (COP27) مصر 2022. في الفترة من ٧ - ١٨ نوفمبر ٢٠٢٢. متاح على : <https://www.sis.gov.eg/Story/234237>, 10/7/2023, 10:22PM.
- (8) Quang M. Bui, Richard M. Huggins, Wen-Han Hwang, and et al., (2010): A Varying Coefficient Model to Measure the Effectiveness of Mass Media Anti-Smoking campaigns in Generating Calls to a Quitline. J. Epidemiol 2010, 20 (6): pp. 473-479.
- (٩) حنان أحمد سليم: الحملات الإعلامية عبر الإعلام الجديد رؤية مستقبلية لنموذج تفاعلي. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، مجلد ١، العدد ١٢، ٢٠١٣، ص ٢٤٨-٢٩٥.

- (10) Heath, R., Brandt, D., & Nairn, A. (2006). Brand relationships: Strengthened by emotion, weakened by attention. *Journal of Advertising Research*, 46(4), 410-419..
- (١١) حسن علوان: موضوعة الإرهاب في الفضائيات العربية: دراسة في الشكل في المضمون. رسالة دكتوراه، غير منشورة، كلية الآداب والتربية، الجامعة العربية المفتوحة في الدنمارك، ٢٠٠٨، ص ١٩.
- (12) Staats, H. J., Wit, A. P., Midden, C. Y. H. (1996). Communicating the Greenhouse Effect to the Public: Evaluation of a Mass Media Campaign from a Social Dilemma Perspective, *Journal of Environmental Management*, Volume 46, Number 2 .
- (13) Steiner, John (2001) *Explorations of Thinking*, (2 nd ed.) New York, Oxford University Press, V. (51) No. (2) .
- (١٤) رانية محمد رياض المجني. تقييم أساليب قياس فعالية الحملات الإعلانية بالتطبيق على شركات التأمين في مصر، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة عين شمس، القاهرة، ٢٠٠٤ .
- (15) Medgal, L. Bender, S (2006). Evaluating Media Campaign Effectiveness: Others Do It, Why Don't We? European Council for an Energy Efficient Economy .
- (16) Block, L. (2011). Designing and Implementing an Effective Tobacco Control Counter Marketing Campaign. www.worldlungfoundation.org.
- (١٧) هياء بنت على المبارك : الاستراتيجيات الحديثة لتخطيط الحملات الاعلانية: دراسة تحليلية للأدبيات العلمية، مجلة العلاقات العامة والإعلان، الجمعية السعودية للعلاقات العامة والإعلان، العدد ٤٥، ٢٠١٧، ص ٨٢: ١٣٢.
- (١٨) محمد سالم موسى : نموذج مقترح لحملة إعلامية حول المشاريع الصغيرة كمصدر للدخل، مجلة البحوث العلمية، جامعة أفريقيا للعلوم الإنسانية والتطبيقية، مجلد ٣، العدد ٥، ٢٠١٨، ص ١١٥: ١١٨.
- (19) Meerah, T.S., Halim, L. & Nadeson, T. (2010). Environmental citizenship: What level of knowledge, attitude, skill and participation the students own?. *Procedia Social and Behavioral Sciences* 2 (2), 5715-5719. DOI:10.1016/j.sbspro.2010.03.933.

(20)Larsen, B., H. (2014). Environmental Citizenship and Electric Vehicles: A Case Study of Norway and Denmark, **Master of Science in Global Studies**. Lund University. Department of Political Science.

(٢١)ريهام رفعت عبد العال. المواطنة البيئية كما يتصورها أعضاء هيئة التدريس بجامعة عين شمس. *مجلة الدراسات التربوية والنفسية*، جامعة السلطان قابوس، العدد 11(1)، ٢٠١٧، ص 160-139.

(٢٢) أحمد عمار العجمي، بدر ناجي الظفيري، رجب يوسف يعقوب الشطي. مستوى المواطنة البيئية لدى طلبة كلية التربية الأساسية بدولة الكويت في ضوء بعض المتغيرات. *مجلة التربية*. جامعة الأزهر. كلية التربية، العدد 178(1)، 2018، ص 454-462. DOI: 10.21608/jsrep.2018.40110

(23)Asah, S. T., Bengston, D. N., Westphal, L. M., & Gowan, C. H. (2018). Mechanisms of children's exposure to nature: Predicting adulthood environmental citizenship and commitment to naturebased activities. *Environment and Behavior*, 50 (7), 807-836. DOI: 10.1177/0013916517718021..

(24)Stefano, G.; D. (2018). **Citizenship and Environmental Sustainability** - A Survey Study on Swedish Lund University Students (published master thesis). Lund University. Department of Political Science.

(٢٥)صفاء نواف محمد بني حمدان، راتب سلامة السعود. درجة ممارسة مديري المدارس الثانوية الحكومية في الأردن للمواطنة البيئية وعلاقتها ببعض المتغيرات. *المجلة التربوية الأردنية*. الجمعية الأردنية للعلوم التربوية، العدد 4(3)، (٢٠١٩). ص 43. DOI: 10.46515/2060-004-003-002٢١

(26)Grau, J.,B., Tarquis, A.M., Martín-Sotoca, J.J., & Antón, J.M. (2019). High level education on integrated water resources management for sustainable development. *Journal of Technology and ScienceEducation*,9(3),295-307. <https://doi.org/10.3926/jotse.361>.

- (٢٧)سمية بني عمارة. المواطنة البيئية: دراسة ميدانية وتحليلية لواقع صداقة التلميذ مع البيئة ببعض متوسطات ولاية ورقلة .*مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية* .جامعة قاصدي مرباح. ورقلة، العدد(3) 12، ٢٠٢٠، ص ص54-39.
- (28) Sarbaini, F.(2020). Evaluation of Environmental Citizenship Levels and Their Implications Against Ecological Values and Practices; How about Prospective Teacher Students. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 55, Proceedings of the 2nd International Conference on Social Sciences Education (ICSSE 2020), 211- 217..
- (٢٩) عبد الله ابن احمد السويكت. (٢٠٢١). المواطنة البيئية لدى طلبة الدراسات العليا بكلية التربية في جامعة القصيم: دراسة ميدانية .*مجلة جامعة حفر الباطن للعلوم التربوية والنفسية* .جامعة حفر الباطن، العدد 2 ، ٢٠٢١. ص ص ٢٥٦-٢٠١
- (30)D'Arco, M.& Marino, V. (2021). Environmental citizenship behavior and sustainability apps: an empirical investigation. *Transforming Government: People, Process and Policy*, 16(2), 185-202. DOI 10.1108/TG-07-2021-0118.
- (٣١) تصور مقترح لتنمية المواطنة البيئية لدى طلبة كليات التربية في الجامعات السعودية .*مجلة العلوم التربوية والدراسات الإنسانية* .جامعة تعز فرع التربية. دائرة الدراسات العليا والبحث العلمي، العدد 23 ، ص ص 67-33.
- (٣٢) فاطمة عبد الامير الفتلاوي، علي حسين حسان النائي. المواطنة البيئية لدى طلبة المرحلة الثانوية .*المؤتمر العلمي الدولي الثالث في العلوم الإنسانية والاجتماعية* .في الفترة من ١٨ - ١٩ نيسان ٢٠٢٢ .كلية التربية للبنات. جامعة القادسية، ٢٠٢٢ ص ص ١٣٩ - ١٧٧.
- (٣٣) حنان رجب الضبع. المواطنة البيئية لدى أساتذة الجامعات الليبية: جامعة الزاوية نموذجا، *مجلة الجامعة* .ليبيا، العدد (1) 24 ، ٢٠٢٢ ، ص ص 230-215.
- (٣٤) علاء محمد ربيع محمد عمر . مدى مراعاة مدرسة المتفوقين STEM لمتطلبات ومبادئ التعليم الأخضر الداعم للمواطنة البيئية: مدرسة المتفوقين للعلوم والتكنولوجيا بالمنيا نموذجا .*مجلة كلية التربية* .جامعة الأسكندرية، العدد(3) 32، ٢٠٢٢ ص ص 81-139.

- (35) Kalaitzidaki, M.; Baltioti, E.(2022). Environmental Citizenship of Students of Primary Education of a Greek University. Environ. Sci. Proc., 14(15). 1-4. .
- (36) Calderon, Carlos A., Pinuel J. Luis., Maite Mercado, and M, and Elias D. Sucre. 2015. "Media Coverage of Climate Change in Spanish-Speaking Online Media." **Convergencia Revista de Ciencias Sociales** Vol 68: 71- 95.
- (37) Ogunjinmi, Adekunle A., Oluwatosin Adekoya and Kehinde Ogunjinmi. 2016. "Influence of Social Media on Climate Change Knowledge and Concerns." **Nigerian Journal of Agriculture, Food and Environment** 12(4): 23-30.
- (٣٨) نزيهة وهابي. المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة من خلال الصحافة المكتوبة **مجلة كلية التربية الأساسية للعلوم التربوية والإنسانية** (جامعة بابل كلية التربية، العدد ٣٤ يوليو ٢٠١٧، ص ص ١٢٧-١٤١).
- (٣٩) محي الدين داوود، دور الإعلام المتخصص في رفع الوعي البيئي، دراسة مسحية على قضايا البيئة، بحث منشور **بمجلة جامعة البحر الأحمر للعلوم الإنسانية**، العدد ٢٤، ٢٠١٧.
- (40) Sinead Boylan and others, A conceptual framework for climate change, health and wellbeing in NSW, Australia, Published 6 2018. <https://doi.org/10.17061/phrp2841826>.
- (41) Jie Xiong, Haohuan Fu. What Framework Promotes Saliency of Climate Change Issues on Online Public Agenda: A conceQuantitative Study of Online Knowledge Community Quora, ESSCA School of Management, Tsinghua University March 2019 Sustainability 11(6):1619.
- (42) Elia, Emmanuel. 2019. "Media Coverage of Climate Change Information by the Tanzania Guardian and Daily News in 2015." University of Dar es Salaam, **Information Development, Sage Journals** 35(4): 535-550.
- (43) Balarabe, Usman B., and Yakubu Gmabo Hamza (2020). "Climate Change: Media Coverage and Perspectives of Climate Change in Kano, Nigeria." **Journal of Energy Research and Reviews** 6(2): 11-19.

- (44) Kakonge, John O. 2020. "Challenges and Opportunities for Increasing Media Coverage of Climate Change in Kenya." **Communication Society and Media** 3(2): 111-125.
- (45)Manzor, Sajed., Arshad Ali. 2021. "Media and Climate Change in Pakistan: Perception of the Journalists in Mainstream Media." **Annals of Social Science and Perspective** 2(2): 145-155.
- (٤٦) أمل أحمد حسن العزب، وآخرون، المعالجة الخيرية للقضايا والاتفاقات الدولية الخاصة لمواجهة التغيرات المناخية **مجلة العلوم البيئية** (جامعة عين شمس كلية الدراسات العليا والبحوث البيئية المجلد الخمسون، العدد العاشر الجزء الثاني، أكتوبر ٢٠٢١، ص ص ٣٣٣-٣٨٣.
- (47) Florian Klopfer for Assessing Climate Change Effects on Urban Areas: **A Scoping Review**, Department of Spatial Planning, TU Dortmund University. Sustainability 2021, 13, 10794.
- (٤٨) كريمة كمال عبداللطيف توفيق: أطر تغطية المواقع الصحفية المصرية لقمة المناخ: "Egypt COP27" دراسة تحليلية، **المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال**، كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة جنوب الوادي، العدد ١٢، ديسمبر ٢٠٢٢، ص ص ٣٠٣:٢٥٨.
- (49)Iqbal, Muhammad Z., Asadullah Khan, and Shabir Hussain. 2022. "Media Reporting on Climate Change Crisis in Pakistan: Identifying Corrective Strategies." **Information Development, Sage Journals**: 1-12.
- (٥٠) مصطفى عبدالحى عبدالعليم، أطر التغطية الصحفية لقضية التغيرات المناخية في المواقع الصحفية المصرية- دراسة تحليلية، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر: كلية الاعلام ، العدد ٦١، الجزء ٣، إبريل ٢٠٢٢.
- (51)aykal Fide, E. (2022). Turkish press climate crisis coverage (2018–2019): Elements of disconnect in discourses and the representation of solutions. **New Perspectives on Turkey**, 67, 32-56. doi:10.1017/npt.2022.8.
- (52)Iqbal, Muhammad Z., Asadullah Khan, and Shabir Hussain.)2022(. "Media Reporting on Climate Change Crisis in Pakistan: Identifying Corrective Strategies." **Information Development, Sage Journals**: 1-12.

(٥٣) ريم سامي الشريف: التماس الجمهور المصري للمعلومات حول التغيرات المناخية في مواقع التواصل الاجتماعي وإتجاهاته نحو قمة المناخ ٢٠٢٢، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، مجلد ١، العدد ٨٠، ٢٠٢٢، ص ٥٦٥ - ٦١٥.

(54) Davis, N.J. & Statas, **Social Control of Deviance: A Critical Perspective** (New York: McGraw-Hill, 1990), P.129.

(55) Critcher, C. **Critical Readings: Moral Panics & The Media**, (London: Macmillan, 2006), p. 11.

(56) Hall, S. Critcher, C. et al. **Policing The Crisis Mugging The State & Law & Order**, (London: Macmillan, 1987), pp. 221- 222.

(57) Risk Society, **Wikipedia Encyclopedia**, on: 19/12/2007.

(58) Giddens, A. (1999). Risk & Responsibility, **Modern Law Review**, Vol. 62, No. 1, p. 3.

(59) Beck, U. (1992). **Risk Society: Towards A New Modernity** (New delhi, Sage Publications), p.21.

(60) Beck, U. (1992). Risk society: Towards A New Modernity, **Op- Cit**, p. 23.

(61) Cottle, S. (1998). Ulrich Beck "Risk Society" & The Media: A Catastrophic View? **European Journal of Communication**, Vol. 13, no. 5, p.7.

(62) Beck, U. (1992). Risk society: Towards A New Modernity, **Op- Cit**, p. 46.

(63) Post (Parliamentary Office of Science & Technology) (1996), **Safety In Numbers? Report 81**. (London: House of Commons) In: [www.parliament . The .satationary-Office.co.uk](http://www.parliament.sationary-Office.co.uk) (17-12-2007)..

(٦٤) السيد محمد خيرى: الإحصاء النفسي والتربوي، الرياض، مطبعة جامعة الرياض، ١٩٧٥، ص ٤٣.

(٦٥) فؤاد أبو حطب، سيد عثمان: التقويم النفسي، القاهرة، الأنجلو المصرية، ١٩٧٣، ص ٧٧٠.

(٦٦) السيد محمد خيرى: الإحصاء النفسي والتربوي، مرجع سابق، ص ٤١.

(67) Bracken, Cherly Campanella: Perceived Source Credibility of Local Television News: The Impact of Television Form and Presence, **Journal of Broadcasting and Electronic Media**, Vol. 50, No.4, 2006, PP.723:741_.

- (68) Yoshiko, Nozato: Credibility of online Newspapers, **Communication and Development Studies, Center for International Studies**, Ohio University, 2012.
- (69) http://www.spra-sy.com/website/?more=3688&category_id=124
- (٧٠) هبة حسين عبد الوهاب: مستويات مصداقية القنوات الإخبارية العربية والأجنبية كما تراها الصفوة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٠، ص ٩٣.
- (71) Slater, M.D. and Rouner, D: How Message Evaluation and Source Attributes may Influence Credibility Assessment and Belief Change, **Journalism Quarterly**, No.73, 1996, pp.974:991.
- (٧٢) هبة حسين عبد الوهاب: مستويات مصداقية القنوات الإخبارية العربية والأجنبية كما تراها الصفوة، مرجع سابق، ص ٩٣.
- (٧٣) هويدا مصطفى: مصداقية وسائل الإعلام كما تراها النخبة في مصر، دراسة حالة للتغطية الإعلامية للحرب على العراق، مرجع سابق، ص ٣.
- (٧٤) أبو عيطه، أحمد عبد اللطيف أحمد. (٢٠٢٣). نحو إستراتيجية مقترحة لتنمية وعي الشباب الجامعي بالمواطنة البيئية في ضوء التغيرات المناخية. **مجلة التربية**. كلية التربية بالقاهرة. جامعة الأزهر، (2) 197، 279. 200-
- DOI: [10.21608/JSREP.2023.289572](https://doi.org/10.21608/JSREP.2023.289572)
- (٧٥) محمود علم الدين: مصداقية الاتصال، القاهرة، دار الوزان للطباعة، ١٩٨٩، ص ١١.
- (٧٦) إبراهيم، أبو النور مصباح أبو النور؛ زهرة، عبد الفتاح محمد. (٢٠٢٣). التربية على المواطنة البيئية العالمية: رؤية مقترحة لمواجهة التغير المناخي. **العلوم التربوية**، كلية الدراسات العليا للتربية. جامعة القاهرة، (1) 31، DOI: 47. 1-10.21608/SSJ.2023.292562.
- (77) Beck, U. (1992). Risk society: Towards A New Modernity, **Op- Cit**, p. 46.
- (78) Post (Parliamentary Office of Science & Technology) (1996), **Safety In Numbers? Report81**. (London: House of Commons) In: www.parliament.sationary-Office.co.uk (17-12-2007)..
- (79) Yoshiko, Nozato: Credibility of online Newspapers, **Communication and Development Studies, Center for International Studies**, Ohio University, 2012.

-
- (80) Beck, U. (1992). Risk society: Towards A New Modernity, **Op- Cit**, p. 23.
- (81) Cottle, S. (1998). Ulrich Beck "Risk Society" & The Media: A Catastrophic View? **European Journal of Communication**, Vol. 13, no. 5, p.7.